دراسات في الإعلام

الصحافة الإلكترونية

الحاضر والمستقبل

د. فتحي حسين عامر



الصحافة الإلكترونية

الحاضر والمستقبل

الصحافة الإلكترونية.. الحاضر والمستقبل

د. فتحي حسين عامر

الطبعة الأولى: 2018

رقم الايداع: 19748/2016

الغلاف: عصـــام أميـــن



60 شارع القصرالعيني 11451 - - القاهرة

ت 27954529 - 27921943 فاكس27947566

www.alarabipublishing.com.eg

بطاقة فهرسة

عامر، فتحى حسين

الصحافه الإلكترونيه.. الحاضر والمستقبل/ فتحي حسين عامر.- القاهرة: العربي للنشر والتوزيـع 2017

- ص؛ سم.

1- الصحافه الإلكترونيه

أ- العنوان 070.02853

الصحـافة الإلكترونية..

الحاضر والمستقبل

د.فتحي حسين عامر



بسم الـلـه الرحمن الرحيم

﴿وعلمك ما لم تكن تعلم وكان فضل الـلـه عليك عظيما﴾

صدق الـلـه العظيم

إهـــــداء

إلي من يسكنون مملكتي الصغيرة

أسرتي الجميلة...

أمي.. أولادي.. زوجتي

المؤلف

مقدمة

التطور المستمر في وسائل الاتصال وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي وشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائل الاتصالية تؤكد مقولة شهيرة لابد ان نضعها امامنا: **"اذا لم تكن علي شبكة الانترنت فانت لست في وسائل الإعلام مع شاشاتها".**

" You Were Not In The Media،If" You Were Not On The Net.

فقد مرت وسيلة الاتصال البشري في مراحل عدة، قبل ان تصل الى ما هي عليه اليوم بداية من الرسوم علي الجدران والاشارات وصولا الي تكنولوجيا الاتصال التفاعلي وشبكات التواصل الاجتماعي وتقنيات البث المباشر بين شخصين علي الانترنت، فالمرحلة الأولى سادت فيها طرق اتصال تعتمد الكتابة اليدوية، المرحلة الثانية نمت فيها طريقة اتصال تعتمد على تقنيات الطباعة، أما المرحلة الثالثة فقد شهدت ولادة الاتصالات السلكية واللاسلكية مع استخدام التلغراف عام 1844. ولكن هذا العصر الجديد خلق واقعاً مغايراً لعالم الصحافة المطبوعة، فقد حمل معه أبعاداً أخرى لمنظومة العمل الصحافي والإعلامي. تحققت المرحلة الرابعة، وهي مرحلة الاتصال التفاعلي، مع دخول أول كمبيوتر عالم التشغيل عام 1946 واستخدامه الفعلي كوسيلة اتصال، حتى باتت المؤسسات الصحافية تلجأ إلى الإنترنت كوسيلة لجذب القراء ونشر الإعلانات التجارية، بل وحتى الاشتراكات في الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت فبرز عالم الصحافة المطبوعة، وأبرزها التقنيات الإلكترونية الجديدة والأجهزة التي من المتوقع أن تشجع الأجيال الجديدة على هجر

الصحف المطبوعة، والاكتفاء بجمع معلوماتهم من طريق الحواسيب والهواتف النقالة والحاسبات الصغيرة بحم كف اليدين التي تستخدم أقلاماً معدنية للتعامل.

فالانتشار العالمي لشبكة الإنترنت وما تحتويه من خدمات إلكترونية إعلامية، دفع الكثير من المؤسسات الصحفية الغربية إلى تغيير ثقافتها، والتنافس على الاستثمار الإلكتروني إعلامياً وإعلانياً وخدماتياً من خلال الصحافة الإلكترونية، التي بدأت تنمو بشكل سريع وتحولت إلى منافس قوي للصحافة المطبوعة، إذ استطاع كثير من المؤسسات تعويض تراجع توزيعها أو حصتها الإعلانية عبر مشاريع الإعلام الإلكتروني. إن العالم اليوم أصبح في ظل هذه التطورات (قرية صغيرة) فما يحدث في أي مجتمع ينقل بالصوت والصورة الى باقي المجتمعات لحظة حدوثه.

وتظهر أهمية التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال والإعلام في المجتمع المعاصر نتيجة لتعدد آثارها الايجابية والسلبية والمتزايدة على بنية المجتمع، خاصة ما يتصل بتغيير كثير من القيم والمظاهر التقليدية التي ارتبطت بمجتمعات بعينها في فترات سابقة، وظهور أنماط جديدة من العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بل والسياسية أيضا والتي تشكلت في أطار العولمة الإعلامية

ويقول مارشال مالكوهان في هذا الاطار إن الصحافة كرسي اعتراف جماعي يتيح مشاركة مشتركة إذ أن في استطاعتها تلوين الأحداث لاستخدامها أو عدم استخدامها.. ويعتبر ظهور ما يسمى بالصحيفة الإلكترونية، من أبرز معالم التطور الذي شهدته صناعة الصحافة خلال السنوات الماضية، مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسبات، وكذلك تكنولوجيا الاتصال الشبكي. كما تأثرت الصحافة بطبيعة المنافسة الشديدة بين الصحف المختلفة على جذب الجمهور والمعلنين.

كما زادت المنافسة بين القائمين بالاتصال (الصحفيين) بسبب تغير شكل كتابة التقارير وتطلب ذلك إرتفاع فى كفاءة الصحفيين. إستطاعت التطورات المتلاحقة فى مجال تكنولوجيا الحاسبات، أن تمس الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية، فقد تعرضت هذه الوسائل لتهديدات متعددة من جانب الوسائل الجديدة التى بدأت فى التشكل حول أنظمة الحاسبات المرتبطة فيما بينها بشكل شبكى.

فبعد أن كانت هذه الوسائل التقليدية تستأثر لفترة طويلة بنسب تعرض مرتفعة، وإن تباينت هذه النسب تبعاً لطبيعة الوسيلة، أصبحت الأنظمة الاتصالية التى تشكلت حول تكنولوجيا الحاسبات، تُشكل تهديداً، لدرجة أن جماهيرية هذه الوسائل، بعد أن خلقت لنفسها نمطاً إتصالياً جديداً، يستند إلى العديد من المميزات التى تتفوق بها على الوسائل التقليدية، بالإضافة إلى تمتعها فى الوقت نفسه بمميزات هذه الوسائل.

وقد تأثرت صفحات الجريدة بالتطور إلى التكنولوجيا والفنون الصحفية الجديدة وخاصة الخبر، وتضمن الأنظمة الاتصالية الجديدة عملية نقل المعلومات وتبادلها، والقدرة على التعبير النصى والحركى والصوتى، بالإضافة إلى ما توفره من قدرة على إسترجاع البيانات من قواعد البيانات الفورية، وتبادل الاتصال بين الأفراد.

وفى هذا الإطار ظهرت الصحافة الإلكترونية وبدأت تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة بشكلها التقليدى الحالى وذلك فى مرحلة بدء الاستخدام أو التعامل معها من قبل الجمهور، ثم كبديل لهذا النوع من الصحافة عند وصولها إلى مرحلة التبنى من جانب القراء.

ويعتبر ظهور الصحافة الإلكترونية، من أبرز معالم التطور الذي شهدته صناعة الصحافة خلال السنوات الماضية، مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسبات، وكذلك تكنولوجيا الاتصال الشبكي. كما تأثرت الصحافة بطبيعة المنافسة الشديدة بين الصحف المختلفة على جذب الجمهور والمعلنين. كما زادت المنافسة بين القائمين بالاتصال (الصحفيين) بسبب تغير شكل كتابة التقارير وتطلب ذلك إرتفاع فى كفاءة الصحفيين.

إستطاعت التطورات المتلاحقة فى مجال تكنولوجيا الحاسبات، أن تمس الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية، فقد تعرضت هذه الوسائل لتهديدات متعددة من جانب الوسائل الجديدة التى بدأت فى التشكل حول أنظمة الحاسبات المرتبطة فيما بينها بشكل شبكى.

مرتفعة، وإن تباينت هذه النسب تبعاً لطبيعة الوسيلة، أصبحت الأنظمة الأتصالية التى تشكلت حول تكنولوجيا الحاسبات، تُشكل تهديداً، لدرجة أن جماهيرية هذه الوسائل، بعد أن خلقت لنفسها نمطاً إتصالياً جديداً، يستند إلى

العديد من المميزات التى تتفوق بها على الوسائل التقليدية، بالإضافة إلى تمتعها فى الوقت نفسه بمميزات هذه الوسائل.

وقد تأثرت صفحات الجريدة بالتطور إلى التكنولوجيا والفنون الصحفية الجديدة وخاصة الخبر، وتضمن الأنظمة الاتصالية الجديدة عملية نقل المعلومات وتبادلها، والقدرة على التعبير النصى والحركى والصوتى، بالإضافة إلى ما توفره من قدرة على إسترجاع البيانات من قواعد البيانات الفورية، وتبادل الاتصال بين الأفراد.

وفى هذا الإطار ظهرت الصحافة الإلكترونية وبدأت تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة بشكلها التقليدى الحالى وذلك فى مرحلة بدء الاستخدام أو التعامل معها من قبل الجمهور، ثم كبديل لهذا النوع من الصحافة عند وصولها إلى مرحلة التبنى من جانب القراء.

والفكرة الأساسية فى الصحيفة الإلكترونية تتمثل فى توفير المادة على إحدى شبكات الخدمات التجارية الفورية، وقد بدأت العديد من الصحف فى إكتشاف قيمة توصيل المعلومات الكترونياً من خلال شبكات الكمبيوتر الاتصالية.

وسوف نتناول الصحافة الاكترونية في هذا العمل الذي اتمني ان يكون في ميزان حسناتنا جميعا يوم القيامة.

المــــؤلف

د. فتحي حسين عامر

الفصل الاول

الصحافة الإلكترونية

مفهومها ونشأتها

في ظل التحدي الذي جلبته شبكة الإنترنت، فرضت الصحافة الإلكترونية نفسها على الساحة الإعلامية كمنافس قوي للصحافة الورقية ... بالإضافة الى ظهور الأجيال الجديدة التي لا تقبل على الصحف المطبوعة؛ ومن أهم مميزات الصحافة الإلكترونية هي نقلها للنص والصورة معا لتوصيل رسالة متعددة الإشكال والاحتفاظ بالزائر اكبر قدر ممكن ... هناك مميزات للقارئ الإلكتروني منها السرعة في معرفة الأخبار ورصدها لحظة بلحظة على العكس من الصحف التقليدية التي تقوم بالرصد والتحليل للموضوعيات ... بالإضافة لغياب مقص الرقيب على المواد الصحفية التي يتم نشرها نظرا لان الانترنت عبارة عن عالم مفتوح ليس له حدود ينتشر في عالم الفضاء الإلكتروني.

والفكرة الأساسية فى الصحيفة الإلكترونية تتمثل فى توفير المادة على إحدى شبكات الخدمات التجارية الفورية، وقد بدأت العديد من الصحف فى إكتشاف قيمة توصيل المعلومات الكترونياً من خلال شبكات الكمبيوتر الاتصالية.

وقد نظر إلى هذه الخدمة فى البداية، كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة، ثم أثير نقاش حول فكرة أن تكون الصحيفة الإلكترونية بديلاً للصحيفة المطبوعة، ويكمن وراء طرح هذه الفكرة عدة أسباب، أبرزها التفوق الذى أبدته المحطات التليفزيونية الإخبارية فى تغطية الأحداث مثل قناة سي ان ان، بالإضافة إلى عدم نجاح الصحف المطبوعة فى إجتذاب القراء صغار السن، حيث يتركز معظم قرائها حالياً فى المرحلة العمرية المتوسطة والمتقدمة، يضاف إلى ذلك إرتفاع تكاليف الإنتاج الطباعى وأسعار الورق.

ولقد انطلقتِ الصحافة الإلكترونية على شَبكة الإنترنت؛ لتخلق تصور اعلامي مختلف وجديد وارتبطتْ واستفادَتْ مِنَ الثورة الهائِلة في تكنولوجيا الاتِّصالات

والمعلومات، وكانتْ سببًا أساسيًّا في جعْل المشهد الإعلامي في متناول الجميعِ بصورةٍ كبيرة، وواضحةِ المعالِم، ونتيجةً لذلك صار المحتوى الإعلاميُّ أكثرَ سرعةً في الانتشار والوصول إلى آفاقٍ عديدة، وإلى أكْبر عددٍ ممكن من القرَّاء.

وعن تجربة الصحافة الإلكترونية فقد **تناولت دراسة نجوى فهمي "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية:** الواقع وآفاق المستقب" 1998. بشكل رئيسي مدى اختلاف الصحف الإلكترونية عن النسخ المطبوعة من الجرائد، ومدى الأستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية العربية مقارنة بالصحافة الإلكترونية العالمية وأبرز المشكلات الفنية التي تواجه القائمين على أصدار هذه الصحف والتصورات المطروحة للقضاء عليها. وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أبرزها: عدم أستخدام الصحف العربية لأمكانات الوسائط المتعددة، مع عدم سعي هذه الصحف للأستخدام الوظيفي للتقنيات؛ حيث أكتفت الصحف العربية في أستخدامها للنص التشعبي على الربط بين الأيقونات الموجودة في صفحة الأستقبال والموضوعات المرتبطة بها دون ربط هذه الموضوعات بأرشيف الجريدة، أو بمواقع أخرى تضيف للقارىء تفاصيل أعمق عن الحدث. وهناك دراسة دنيا أسماعيل "التطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي". لبنان 2004. وقد ركزت الدراسة على التحديات التي تواجه تطبيقات الإعلام الجديد في الوطن العربي ومن ضمن نماذج هذا الإعلام الجديد (موقع العربية. نت) وحجم مساهمته في خدمة المجتمع العربي. أما التطبيقات التي أستخدمتها الباحثة في هذه الدراسة فكانت عبارة عن تحاليل نوعية مستخلصة من مقابلات مطولة أجرتها مع الكادر الاداري لموقع العربية نت أستطلعت من خلالها النظريات المختلفة المحيطة بتكنولوجيا الإعلام الجديد والمجتمع وتأثيرات شبكة الأنترنت وتكنولوجيا الأتصال على العلاقات الأجتماعية والمجتمع المدني. وقد أستنتجت الباحثة في ختام دراستها أن العربية نت جزءا واحدا فقط مما تمثله الأخبار العربية للجماهير العربية، ومع ذلك فإن التنوع الذي تقدمه من حيث المحتوى والتركيز... يعتبر قيمًا جدا لتنمية سوق الإعلام في المنطقة وللتعاون مع المجموعات السابقة في المجتمع في مجال الإعلام الجديد.

وفي دراسة تحليلية مقارنة للدكتورة آمال سعد المتولي "المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية"، استهدفت تقديم نظري لظاهرة الأتصال الإلكتروني وطبيعة الرسالة من خلال هذا الوسيط، بالإضافة إلى توصيف دور القائم بالأتصال وحارس البوابة وفقا لها، ومدى إمكانية إتاحة الفرصة للأستقلال والتنوع الثقافي والفكري، مقابل أحادية التدفق الإعلامي، أم أن هذه الوسائل من قبيل فكرة الطفرة أو الموضة التي تصاحب دائما ظهور أية وسيلة أتصالية حديثة قبل تعرضها للتقنين. **وتوصلت الباحثة إلى نتيجتين أولها:** أن تعدد المواقع الإلكترونية لم ينعكس على أستقلالية إخبارية وأن كانت إمكانات الإنترنت التي تتعامل مع الفضاء الإلكتروني المفتوح على مدار الساعة فرضت على هذه المواقع أن تملأ هذا الفراغ إستجابة لدوافع المنافسة على جذب المتلقي مما دفع ببعض القنوات التي لا تستطيع المنافسة إلى الألتزام بما جاء في وكالات الأنباء العالمية الغربية (دون تصريف) وإعادة إنتاج ما جاء في هذه الوسائل بما يعني أستمرار التدفق الإخباري في أتجاه واحد ودون أن تكون وسيلة أخرى لعرض وجهة النظر الأخرى، كما تميزت التغطية الإخبارية بالتلون إلى حد ما، **أما النتيجة الثانية فهي**: أن المواقع الإخبارية من حيث طبيعة وسيلة العرض تعتمد على الإيجاز وتجزئة الحقيقة. وترك الإبحار والتجوال داخل الشبكة على المتلقي وفقا لحاجته. وقد أوصت الباحثة في نهاية دراستها، بالبحث عن توصيف أتصالي لهذا النوع من الأتصال وتأثيره على مجتمعاتنا، وكذلك البحث عن أطر منهجية جديدة للبحث والتحليل، كما أوصت بضرورة التأكيد على وضع ضوابط لإقامة المواقع الإلكترونية وتحديد جهة الأصدار ومصادر التمويل والألتزام بأخلاقيات النشر كعدم تجهيل المصادر على سبيل المثال.

وفتحتِ الصحافةُ الإلكترونية أبوابًا مُغلَقة، وأصبحتْ أقربَ وأسهلَ للمواطن، وخاصَّة مِن فئة الشباب، ممَّا كان له دَورٌ كبير في صُنْع وتشكيل الرأيِ العام، الذي أَصْبَح أكثر وعيًا عمَّا كان عليه في الصحافةِ التقليديَّة (الورقيَّة)، فلم يَعُدِ الرقيب حكوميًّا، بل أصبَح الرقيب هو الضَّميرَ المِهَني، والموضوعيَّة الإعلاميَّة.

وعلى الرغمِ مِنَ انتِشار ظاهِرَة الصحافة الإلكترونية بشكلٍ مُتسارِع في كثيرٍ مِـن دول العـالَم، إلاَّ أنَّه لا يزال هذا النَّوْع مِن الصحافة في بداياته في المنطَقة العربيَّة، ويحتاج إلى المزيـد مِـن التوضـيحِ لمفاهيمه وقواعِده الأساسيَّة.

ولكنَّ الصحافةَ الإلكترونية أصبحتْ وسيلةً إعلاميَّة جديدة، واعِدة ومؤثِّرة، وتُشكِّل واقعًا إعلاميًّا جديدًا يتمثَّل في التركيز والاختصار، والاعتماد على السَّمْع والصورة والفيديو.

مفهوم الصحافة الإلكترونية

منذ منتصف التسعينات، والصحافة الإلكترونية تجاهد لكي يكون لها أشكالها، خصائصها المميزة كوسيط اتصالي، فعلى الرغم من وجود رابط أساسي بين كل أنماط الصحافة الإلكترونية، إلا وهو توظيف الحاسبات الإلكترونية وتقنيات النشر الإلكتروني، إلا أنها تختلف من حيث السمات والوظائف والجنس الإعلامى بحسب درجة وأبعاد توظيفها للحاسبات الإلكترونية إلى جانب استفادتها من التقنيات الأخرى المتسعة والمتطورة في مجالات تكنولوجيات المعلومات والاتصالات مثل: الاتصالات السلكية واللاسلكية، الأقمار الصناعية، الاتصالات الرقمية، شبكة الانترنت، فضلا عن تقنيات النص الفائق، الوسائط المتعددة، التصوير الفوتوغرافي الرقمي والتقنيات متناهية الصغر، وأنظمة الورق والحبر المستخدم ... بحيث يمكن أن يشتمل تعريف الصحافة الإلكترونية على طيف متسع من أشكال النشر الصحفي الذي يبدأ بالنشر المطبوع المستعين بالحاسبات الإلكترونية، ليصل إلى الصحيفة الإلكترونية اللاورقية.

من الصعب الوصول الى تعريف جامع وشامل للصحافة الإلكترونية وذلك لتطورها المستمر، وتعدد أنواعها، وتنوع الوسائط التى تنشر خلاله، حيث تستخدم مصطلحات عديدة لوصفها: من بينها الصحافة الإلكترونية، صحافة الانترنت، صحافة الويب، نسخ اليكترونيه، صحافة مستعينة بالحاسبات، صحافة فورية، صحافة افتراضية، صحافة وسائط متعددة، صحافة تفاعليه، صحافة قواعد البيانات، صحافة الأبعاد الثلاثة، صحافة مندمجة، صحافة المحمول، صحافة المدونات، صحافة شخصية، صحافة مصممة وفقا لاحتياجات القارىء، صحافة مشاركة، صحافة الوقت الحقيقى، صحافة المصادر المفتوحة، صحافة المواطن، صحافة ذكية، صحافة الويب، صحافة بكل شكل، صحافة لاورقيه.

وهذه المصطلحات كلها تشير الى أنماط من الصحافة الإلكترونية اللاورقية، كلها صحف إلكترونية، ولكنها تختلف من حيث الأسلوب ووسيط النشر، من هنا يمكننا

القول ان الصحافة الإلكترونية هى أى اصدار لاورقى يتم اصداراه بالاستعانة بشبكة الانترنـت، وعرضـه على الشبكة أو أى وسائط أخرى غير ورقية. **ويتضمن ذلك:**

- الطبعات الإلكترونية من الصحف الورقية على شبكة الانترنت.
- الصحف الإلكترونية التى ليس لها أصل ورقى على شبكة الانترنت.
- مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت.
- مواقع المؤسسات الإعلامية المختلفة: الراديو والتليفزيون ووكالات الأنباء.
- المواقع الاخبارية.
- مواقع التشبيك الاجتماعى (الشبكات الاجتماعية).
- المواقع العامة والمتخصصة على شبكة الانترنت.
- صحافة المدونات (التى تشمل المدونات المكتوبة، والمصورة، والمسموعة).
- الصحافة الإلكترونية اللاورقية.

كما أن الـصحيفة اليوميـة بـشكلها الإلكـتروني تـوافرت كأحـد مـصادر المعلومـات قبـل الطفـرة الحديثة لاستخدام إنترنت، لكن ظهـور الأخـيرة سـاهم في تعزيزهـا ودفـع بالنـاشرين مـن مختلـف الجنسيات إلى إصدار طبعات إلكترونية لصحفهم. وقد بدأ العمل عـلى الاسـتفادة مـن المزايـا التـي توفرها الـصحيفة الإلكترونيـة منـذ منتـصف الـسبعينات وظهـرت الـثمار الأولى للأبحـاث في بدايـة الثمانينات مع الإعلان عن توافر عدد من الـصحف اليوميـة آليـاً بواسـطة الاتـصال الفـوري المبـاشر (Online) ومـن أولى هـذه الـصحف صـحيفتا واشـنطن بوسـت ولـوس أنجلـس تـايمز اللتـان كانتـا متوافرتين للمشتركين مع مواد صحافية أخرى منتقاة من عدد مـن الـصحف الامريكيـة عـبر خدمـة معروفة بـ خدمة واشنطن بوست ولوس انجلوس تايمز.

ويرى جمال غيطاس أن الصحافة الإلكترونية: بانها "نوع من الاتصال بـين البـشر يـتم عـبر الفـضاء الإلكتروني ـ الإنترنت وشبكات المعلومات والاتـصالات الأخـرى ـ تـستخدم فيـه فنـون وآليـات ومهـارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والـصورة والمـستويات المختلفـة

من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة".

يمكن التعريف ببساطة على أنها "صحافة تتم ممارستها على الخط المباشر". ونرى أن هذا التعريف قد حصر مفهوم الصحافة الإلكترونية في نوع واحد، أي الصحافة التي تمارس على الخط مباشرة ولكن الصحافة الإلكترونية أوسع من هذا التعريف بكثير.

والصحافة الإلكترونية هي الصحافة غير الورقية، مقروءة ومسموعة ومرئية، تبث محتوياتها عبر مواقع لها على الشبكة المعلومات العالمية. إذن، فمثل هذا التعريف يركز على ما هو غير ورقي. ووضع الصحيفة اليومية الكبيرة على الخط، أي جعلها في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم. ومثل هذا التعريف يعتبر ناقصا أو غير مطابق لطبيعة الصحافة الإلكترونية، حيث توجد هذه الأخيرة في شكل الكتروني ولا يوجد لها مقابل بالورق.

وتتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية، في توفير المادة الصحفية للقراء على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية، مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال، طارحة العديد من التحديات بالنسبة للوسائل التقليدية". نلاحظ من خلال هذا التعريف أن هناك عنصر التحدي الذي أتت به الصحافة الإلكترونية، والذي تواجهه الصحافة التقليدية التي يتوجب عليها التكيف مع المنافسة الجديدة على أكثر من صعيد.

والصحف الإلكترونية هي الصحف المكتوبة، والتي يعاد نسخها على الانترنت وتتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان، والصوت، والصورة. إذن هذا التعريف يعتبر ناقصا أيضا ولكنه يشير من جهة أخرى إلى عنصر اللون ونوعيته في التعريف، وهو ما يميز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة التقليدية.

وهي تخلق صفحة تحريرية نابضة بالحياة، توجد فيها صفحة الرأي في مواجهة الصفحات التي تحوي رسائل القراء وهو ما لا يوجد في الصحيفة اليومية. فهي تشبه خط دردشة عبر الانترنت.

كما أنها تنشر المناقشات الدائرة حول موضوع معين أو العديد من الموضوعات، في حين يتم ربط المناقشات المختلفة والمتنوعة بمحتوى الرأي. نسجل أن هذا

التعريـف تطـرق إلى مختلـف جوانـب خـصائص الـصحافة الإلكترونيـة بـصفة شـمولية وبـصفه مختصرة.

وفي رحلة إنتشارها عبر الإنترنت، وغيرها من شبكات المعلومـات والاتـصالات الأخـرى - لم تتخـذ ظاهرة الصحافة الإلكترونية شكلا واحدا يمكن التعامل معه من مدخل واحد وبسيط أيـضا وينتهـي الأمر، بل كانت ثمرة طبيعية لبيئة الإنترنت الغنيـة بتنوعاتهـا وأطيافهـا المختلفـة وآلياتهـا الجديـدة كمرآة تعكس جزءا متزايد الحجم وشديد التفاعل وسريع التغيير من المجتمع البشرى، فكان منطقيا أن تأتى الصحافة الإلكترونية مختلفة تماما عما هو سائد في بيئة الصحافة التقليدية.

وترى منار فتحى محمد رزق انه يمكن تعريف الصحيفة الإلكترونية بأنها "كل إصـدار إلكـتروني فوري يتم بثه عبر شبكة الويـب، صـمم باسـتخدام إحـدى لغـات الترميـز، ليقـوم القـارئ بتـصفحه والتفاعل معه على شاشة الحاسب الآلي، مستخدما برنامجا للتصفح، ويركـز الإصـدار عـلى اسـتخدام كل من الفنون الصحفية وقوالب التحرير الصحفي التقليدية منها والمستحدثة".

ويشمل هذا التعريف على عدة أبعاد فرعية:

كل: يشير لفظ "كل" إلى جميع أنماط وأشكال الصحيفة الإلكترونية سواء كانت نسخة إلكترونية من الصحيفة الورقية، أو نسخة معدلة من النسخة الورقية بحذف أو إضافة موضوعات معينة، ففيها ينشر المحررون مضموناً خاصاً لتلك المواقع مدعماً ببعض الإضافات مثل الروابط، الملامح التفاعلية مثل إمكانية البحث، درجة من شخصنة الموقع - وهى القدرة على إختيار الأخبار والمعلومات محل اهتمام كل مستخدم (قارئ) واختيار بعض المعالجات المتعلقة بحجم ولون الحروف ولون الخلفية بما يناسب ذوق المستخدم، أو صحيفة إلكترونية خالصة تتميز بمضمون إخباري أصلى مصمم خصيصاً للويب كوسيلة اتصال، واختبار أشكال جديدة لكتابة القصص الخبرية، تسمح هذه الأشكال بإضافة التجول خلال تقارير خبرية بطرق مختلفة عن مجرد قراءتها، وقد يحدث ذلك من خلال تقنيات معينة. وقد جربت الصحيفة الإلكترونية "نيويورك تايمز" الصور متعددة الأبعاد التي تسمح بالاكتشاف في مجال رؤية يبلغ 360 درجة، هذه التقنية تسمح للمستخدم (المشاهد) "بالدخول" في حدث خبري حي أو مسجل، أو لرؤية صور ثابتة أو متحركة بأبعادها الثلاثة.

وتقع الصحافة الإلكترونية فى إطار مفهوم النشر الإلكتروني، ومفهوم النشر الإلكتروني يتضمن فى معناه المتسع كل من أنظمة النشر المكتبية الإلكترونية، بالإضافة إلى التوزيع الإلكتروني للمعلومات على قرص صلب أو من خلال وصلات اتصال عن بعد...الخ.

لذا فإن مفهومه يشمل تلك الموضوعات التى وضعت على اسطوانات مدمجة بالإضافة إلى أنظمة الفيديوتكس والاوديوتكس والتليتكست وغيرها، وتعد التجهيزات المطلوبة للنشر من خلال شبكات التليفون متاحة وميسره بتكلفة محدودة، وبالتالى فإن أى شخص يستطيع بإمكانيات محدودة أن يصبح ناشراً الكترونياً.

وتسهم كافة أنظمة النشر الإلكتروني المعروفة فى دعم فكرة الصحافة الإلكترونية كوسيلة لنشر المعلومات التى تهم الجمهور من خلال شبكات اتصال الكترونية بعيداً عن الأساليب الطباعة التقليدية.

وظهرتْ خلالَ القرن الماضي العديدُ من المفاهيم والتعريفات، التي حاول الأكاديميُّون وضعَها للصحافة الإلكترونية، ويراها البعضُ أنها "منشورٌ إلكتروني دَوري يحتوي على الأحداث الجارية، سواء المرتبطة بموضوعات عامَّة، أو بموضوعاتٍ ذات طبيعة خاصَّة، ويَتِمُّ قراءتُها من خلال جهاز (الحاسوب)، وغالبًا ما تكون مُتاحةً عبرَ (الإنترنت)".

ويعرف الدكتور محمود عَلَم الدين الصحافة الإلكترونية: بأنَّها "تلك الصحافة التي تستعين بالحاسباتِ في عمليات الإنتاج والنَّشْر الإلكترونية".

ويُعرِّفها آخرون بأنَّها: "عبارة عن نوْعٍ جديدٍ من الإعلام، يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادِئ العامَّة والأهداف، وما يُميِّزه عن الإعلام التقليدي أنَّه يعتمد على وسيلةٍ جديدة مِن وسائلِ الإعلام الحديثة، وهي الدَّمْج بيْن كل وسائل الاتصال التقليدي؛ بهدَف إيصالِ المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثِّرة بطريقة أكْبَر، وهو يعتمد بشكلٍ رئيسٍ على (الإنترنت)، الذي يُتيح للإعلاميِّين فرصةً كبيرة لتقديم موادِّهم الإعلاميَّة المختلفة، بطريقة إلكترونيَّة بحْتَة"، وهو تعريف أقرَبُ إلى تجسيد وظائفِ وسِمات الصحافة الإلكترونية.

وظلَّ الإعلام بشكله التقليدي حبيسًا مُقيَّدًا في محدودية نقْله، وتوسيع رُقعةِ انتِشاره، ومحصورًا في قوالبَ وأشكالٍ معيَّنة، حتى انفجرتْ ثورة المعلومات، وتطوَّرتْ وسائلُ الاتصال، وأصبح مِن الممكن على الإعلام التقليدي مواكبةُ الجديد، والاستفادة منه للتطوُّر والتفوُّق في إطارٍ تنافسي.

يعرف الصحافة الإلكترونية الدكتور عبد الأمير الفيصل: في كتابه "الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي" بأنها (جزءا من مفهوم واسع واشمل وهو النشر الإلكتروني، الذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني وأدواته أو أنظمته المتكاملة، اذ يمتد حقل النشر عبر الانترنت أو توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكة الحاسبات، وتعتمد نظم النشر الإلكتروني عموما التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معا بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة.

ونحن نعرف الصحافة الإلكترونية بأنها "الصحافة التي تنتج وتنشر عبر الانترنت بشكل محـدث طوال اليوم دون ان تحتاج الي الطباعة والاوراق وتصل لجمهور محـدد وهـم مـستخدمي الانترنـت ويقوم بها محررون يجيدون استخدام الحاسبات الإلكترونية".

نشأة الصحافة الإلكترونية

ولقد كانت بداية الصحافة الإلكترونية "مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة. وتحديداً انطلقت من منتديات الحوار، التي تتميز بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها، إذ يكفي أن تقوم بتحميل هذه البرامج المجانية في الغالب ورفعها لموقعك في أقل من ساعة، ليبدأ بعدها الموقع بأثره في العمل المحدد له وفي اجتذاب عدد كبير من الزوار

الصحف الإلكترونية لم تكن في البداية ذات عائد مادي كبير يشجع على الاستمرار أو الاستفادة منها. وذلك راجع لعدم معرفة أو اهتمام أصحاب الإعلانات بها، وعدم ثقتهم فيها كوسيط إعلامي مؤثر. غير أن مع تزايد استخدامات الانترنت وكثرة رواد مواقع الصحف الإلكترونية تنبه المعلنون لأهمية الإعلان عبر الانترنت وبدأت الصحف الإلكترونية تحقق عائدا ماديا يتوقع تزايده في المستقبل بشكل كبير جدا.

ويرى "د. شريف درويش اللبان" أن الصحافة الإلكترونية قد بدأت تلفت الأنظار إليها في أعقاب حرب الخليج الأولى عام 1991، عندما عرضت وكالات الأنباء العالمية صورة البطة البرية وهي تشرف على الموت بعد أن غرقت في مياه الخليج الملوثة بالنفط. وقد تعاطف الكثيرون في مختلف بلاد العالم مع هذه الصورة المؤثرة، وأدان ما حدث من اعتداء صارخ على البيئة والطبيعة، وتلويث شديد لمياه الخليج بسبب الأعمال الحربية التي تجاوزت كل الحدود الشرعية والمشروعة.

ويشير البعض أن الصحافة الإلكترونية شهدت ازدهارا كبيرا بعد الحادي عشر من سبتمبر، الذي استفاق العالم فيه على وقع حدث مهول في أمريكا، إذ استطاعت الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية أن تنقل بالكلمة والصوت والصورة ذلك الحدث التاريخي بدقة وكفاءة نادرة، بينما تعثرت بعض الصحف والفضائيات التقليدية وأثبتت فشلها في تلك المهمة.

ويعتبر ظهور ما يسمى بالـصحيفة الإلكترونيـة، مـن أبـرز معـالم التطـور الـذي شـهدته صـناعة الصحافة خلال السنوات الماضية، مستفيدة في ذلك مـن تكنولوجيـا الحاسـبات، وكـذلك تكنولوجيـا الاتصال الشبكي. كما تأثرت الصحافة بطبيعة المنافسة الشديدة بين الـصحف المختلفـة عـلى جـذب الجمهور والمعلنين.

كما زادت المنافسة بين القائمين بالاتصال (الصحفيين) بسبب تغير شكل كتابة التقـارير وتطلـب ذلك إرتفاع فى كفاءة الصحفيين.

إستطاعت التطورات المتلاحقة فى مجال تكنولوجيا الحاسبات، أن تمس الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية، فقد تعرضت هذه الوسـائل لتهديـدات متعـددة مـن جانـب الوسائل الجديدة التى بدأت فى التشكل حول أنظمة الحاسبات المرتبطة فيما بينها بشكل شبكى.

فبعد أن كانت هذه الوسائل التقليدية تستأثر لفترة طويلة بنسب تعرض مرتفعة، وإن تباينـت هذه النسب تبعـاً لطبيعـة الوسـيلة، أصـبحت الأنظمـة الأتـصالية التـى تـشكلت حـول تكنولوجيـا الحاسبات، تُشكل تهديداً، لدرجة أن جماهيرية هذه الوسائل، بعد أن خلقت لنفـسها نمطـاً إتـصالياً جديداً، يستند إلى العديد من المميزات التى تتفوق بها على الوسائل التقليدية، بالإضـافة إلى تمتعهـا فى الوقت نفسه بمميزات هذه الوسائل.

وقد تأثرت صفحات الجريدة بالتطور إلى التكنولوجيا والفنون الصحفية الجديدة وخاصة الخبر، وتضمن الأنظمة الاتصالية الجديدة عملية نقـل المعلومـات وتبادلهـا، والقـدرة عـلى التعبـير النـصى والحركى والصوتى، بالإضافة إلى ما توفره من قدرة على إسترجاع البيانات من قواعد البيانات الفورية، وتبادل الاتصال بين الأفراد

وفى هذا الإطار ظهرت الصحافة الإلكترونية وبدأت تطرح نفـسها كمنـافس للـصحافة المطبوعـة بشكلها التقليدى الحالى وذلك فى مرحلة بدء الاسـتخدام أو التعامـل معهـا مـن قبـل الجمهـور، ثـم كبديل لهذا النوع من الصحافة عند وصولها إلى مرحلة التبنى من جانب القراء.

والفكرة الأساسية فى الصحيفة الإلكترونية تتمثل فى توفير المادة عـلى إحـدى شـبكات الخـدمات التجارية الفورية، وقد بدأت العديد من الصحف فى إكتشاف قيمة توصيل المعلومات الكترونياً مـن خلال شبكات الكمبيوتر الاتصالية.

وقد نظر إلى هذه الخدمة فى البداية، كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الـصحيفة، ثم أثير نقاش حول فكرة أن تكون الصحيفة الإلكترونية بديلاً للصحيفة المطبوعة، ويكمن وراء طرح هذه الفكرة عدة أسباب، أبرزها التفـوق الـذى أبدتـه المحطـات التليفزيونيـة الإخباريـة فى تغطيـة الأحداث مثل قناة سي ان ان، بالإضافة إلى عدم نجاح الصحف المطبوعـة فى إجتـذاب القـراء صـغار السن، حيث يتركز معظم قرائها حاليـاً فى المرحلـة العمريـة المتوسـطة والمتقدمـة، يـضاف إلى ذلـك إرتفاع تكاليف الإنتاج الطباعى وأسعار الورق.

بدايات الصحافة الإلكترونية:

بدأت الصحافة الإلكترونية منذ أواخر السبعينيات من القرن الماضي وتوسعت وانتشرت في منتصف التسعينيات، وعدت واقعاً ملموساً مع بداية الألفية الثالثة نتاجاً للتطور الهائل الذي شهدته تكنولوجيا الحاسب الآلي وشبكة الانترنت، ومحاولات الباحثين والمتخصصين المتعددة لإنتاج وتطور وتصميم صحف الكترونية تستطيع أن تقوم بوظيفة الصحافة المطبوعة بل وتضيف إليها من خلال توظيف الإمكانات الاتصالية والتقنية لشبكة الانترنت.

وتعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى، فإن الصحافة تشهد هذه الوصفية بالضبط في الوقت الحاضر، حيث بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على شاشة الحاسبات الإلكترونية والكمبيوتر واللاب توب والميني توب والموبايلات المحمولة أيضا.

وفي ظل هذه الثورة حرصت غالبية المؤسسات الصحفية على إنشاء مواقع إلكترونية لصحفها على الشبكة، وفي هذا الإطار ظهرت الصحف الإلكترونية التي تقوم على تعدد الوسائط والتي تتيح لمستخدميها إمكانية البحث داخلها، وحفظ وطباعة صفحاتها.

وكانت في حقبة التسعينات من القرن العشرين عددٌ من التجارِب للنَّشْر الإلكتروني للصُّحُف، وبرغمِ عدم القُدْرة على التحديد الدقيق لتاريخ نشوء أوَّل صحيفة إلكترونيَّة، لكن يُمكِن القول: إنَّ صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويديَّة هي أوَّلُ صحيفة إلكترونيَّة في العالَم تُنشَر إلكترونيًّا بالكامل على شبكة (الإنترنت) عام 1990.

ثم توالى بعْدَ ذلك إنشاءُ الصحف الإلكترونية في العالَم، وخاصَّة في الولايات المتحدة الأمريكيَّة، ففي عام 1992 أَنشأتْ "شيكاجو أونلاين" أوَّلَ صحيفة إلكترونيَّة على شبكة أميركا أونلاين.

وبحسبِ رأي أكاديميِّين، فإنَّ موقع الصحافة الإلكترونية الأوَّل على (الإنترنت) هـو موقـع "بـالو ألتـو أونلاين Palo Alto"، الذي انطلق عام 1993 في كلية الـصحافة والاتِّـصال الجماهـيري في جامعـة فلوريـدا بأمريكا ثم أُلْحِق به موقعٌ آخَر في 19 يناير 1994، هو "ألتو بالو ويكلي"؛ لتـصبح الـصحيفةُ الأُولى التـي تُنشَر بانتظام على الشبكة.

وبدأت الصحافة عبر (الإنترنت) تتطوَّر في الولايات المتحـدة والغَـرْب، خاصَّـة مـع تـوفيرِ خِدمـة (الإنترنت) المجانيَّة في تلك الدول، وبدأتْ غالبية الصُّحف الأمريكيَّة تتَّجه إلى النَّشْر عـبْرَ (الإنترنـت) خلالَ عامي 1994- 1995، وزاد عددُ الصحف اليوميَّة الأمريكيَّة التي أنشأتْ مواقـع إلكترونيـة مـن 60 صحيفة نهاية عام 1994، إلى 115 صحيفة عام 1995، ثم إلى 368 في منتصفِ عام 1996.

وتُعدُّ صحيفة "واشنطن بوست" الأمريكيَّة هي أوَّل صحيفة تُنفِّذ مشروعًا إلكترونيًّا صحفيًّا عـلى (الإنترنت)، كَلَّف تنفيذه عشراتِ الملايين مِن الدولارات، وكان هذا المشروع بدايةً لظهور جيلٍ جديد من الصحف الإلكترونية، التي تخلَّتْ للمرة الأولى في تاريخها عنِ الورق والأحبار، والنظام التقليـدي للتحرير والقراءة؛ لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياتِه الواسعةَ في التوزيع عبرَ دول العالَم.

ويذكر أن مشروع "واشنطن بوست" هو استجابة للتطوُّراتِ المتسارِعة في ربْط تقنيـة الحاسـوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نُظُم وسائط الإعلام المتعدِّد (Multimedia)، والتنامي لاستخدام شبكة (الإنترنت)، واتِّساع حجم المشتركين فيها داخلَ الولايات المتحـدة، ودول أخـرى عديـدة، خـصوصًا في الغَرْب، والبَدْء قبل ذلك بتأسيس مواقِع خاصَّة للمعلومـات، ومنهـا معلومـات إخباريَّـة متخصِّـصة، مثل: الرياضة والعلوم، وغير ذلك.

وعربيًّا أصْدَرت أوَّلُ صحيفة عربية نُسختَها الإلكترونية منـذُ أكـثر مـن أربـعَ عـشرَةَ سَـنَة، وهـي صحيفة "الشرق الأوسط"، وتزامَن معها إصدارُ صحيفة "النهار اللبنانيـة"، وبعـدَها تعـدَّدتِ المواقـع التي تحمل أسماءَ صُحف عربيَّة كثيرة.

وأُصْدِرت نُسخٌ إلكترونية لصُحف ليس لهـا نُـسَخ ورقيـة أو غـير مطبوعـة، كـان أحدُها صحيفة (إيلاف) التي أُصـدرت في لنـدن، وبَلَـغ عمرهـا الآن أكـثرَ مِـن تِـسع

سنوات، كما أصدرتْ في عام 2008 صحيفة إلكترونيَّة عربية في لندن بأربع لغات مختلفة، وهي صحيفة "الهدهد".

وفي عام 1997 تَمكَّنتْ صحيفتَا "اللوموند" و"الليبراسيون" الفرنسيتانِ مِنَ الصدور بدون أن تتمَّ عملية الطباعة الورقيَّة؛ بسبب إضرابِ عُمَّال مطابع الصُّحُف الباريسيَّة.

وتسارعَتْ في هذه الفترة الصحفُ للنشر عبْرَ (الإنترنت)، ففي عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على (الإنترنت)، ثم تزايدَ هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996، وقد بلَغ عددُ الصحف عام 2000 على (الإنترنت) 4000 صحيفة على مستوى العالَم، كما أنَّ حوالي 99% من الصحف الكبيرة والمتوسِّطة في الولايات المتحدة الأمريكيَّة، قد وضعَتْ صفحاتِها على (الإنترنت).

أمَّا الصحافة العربية في شبكة (الإنترنت)، فقد كانتْ حتى عام 2000 قاصرةً في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميِّزات النشْر الإلكتروني.

ومِن أشهر الصحف الإلكترونية في مصر مع بدايات العقد الاول من القرن العشرون: بوابة الاهرام والاخبار والجمهورية ودار الهلال والشروق، المصري اليوم، اليوم السابع، الدستور، وبوابة الوفد والفجر والدستور والموجز والبوابة نيوز. وهناك أيضًا عددٌ من المواقِع الإلكترونية الإخباريَّة التي ليس لها نُسَخ ورقيَّة، مثل: إسلام أون لاين، المصريُّون، إيلاف.

عوامل ساعدت علي ظهور الصحافة الإلكترونية

ساعدت عدة عوامل علي ظهور الصحافة الإلكترونية في المجتمعات ومنها:

1- الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على تخزين ومعالجة المعطيات.

2- التقدم في مجال ترقيم المعطيات فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي، مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل وتبادل المعطيات رقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها.

3- تطور تقنية ضغط المعلومات وإزالة ضغطها والتي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة، بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرساله.

4- ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح يفضل الاطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار، وتوفرها على كم هائل من المعلومات ويتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.

مراجع الفصل الاول

1- د. محمود علم الدين: **"اساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين"** (القاهرة: مكتبة العربي، 2009).

2- نجوى عبد السلام فهمي: 1998، **"المجلة المصرية لبحوث الإعلام"** العدد الرابع، ص 203.

3- اسماعيل دانيا: **"من ضمن متطلبات شهادة الماجستير في الإعلام والأتصالات في برنامج العمليات الثقافية المعاصرة"**. كلية جولد سميث، جامعة لندن 2004.

4- A.Alsheheri،Fayez Abdulla:Electronic Newspaper On The Internet: A

5- فتحي حسين عامر: **"الخبر الصحفي الإلكتروني"** (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2012).

6- آمال سعد المتولي: **"المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية"** المجلة المصرية لبحوث الإعلام – العدد الرابع 1998.

7- محمود خليل: **"الاتجاهات الحديثة فى استخدامات الحاسب الآلى فى التحرير الصحفى"** (القاهرة، العربي للنشر، 2004)، ص ص 197 - 199.

8- شريف درويش اللبان: **"الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع"** (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2011) ص 21.

9- شريف كامل شاهين: **"مصادر المعلومات الإلكترونية فى المكتبات ومراكز المعلومات"** القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2000، ص 48.

10- عبادة سرحان، محمد حجاج: **"مقدمة فى استخدامات الإنترنت والوسائط المتعددة"** القاهرة: مطبعة الإسراء، 2003، ص ص 141- 158.

11- محمود علـم الـدين: **"صـحافة عـصر المعلومـات: الواقـع الـراهن وسـيناريوهات المـستقبل"**، محاضرة في الدورة التدريبية للصحفيين العرب، معهد الأهرام الإقليمي، القاهرة 16 يونيه 1997.

12- جمال غيطاس: **"مدخل إلى الصحافة الإلكترونية"** (ورقة عمـل مقدمـة فى المـؤتمر العـام الرابـع للصحفيين)، القاهرة، 23-25 فبراير 2004.

13- منـار فتحي محمـد رزق: **"تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شـبكة الانترنـت دراسـة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور"**، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كليـة الإعـلام، جامعة القاهرة، 2009 ص ص 102- 106.

14- إيناس محمد مسعد فهمى سرج: **"أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية"**، رسالة ماجستير غير منشورة، قـسم الـصحافة، كليـة الإعـلام جامعـة القاهرة، 2005، ص ص 261-271.

15- هند أحمد بداري: **"تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونيـة المـستحدثة عـلي علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة"** رسالة دكتـوراه غـير منـشورة، قـسم الـصحافة، كليـة الإعـلام، جامعـة القاهرة، 2006،ص ص 355- 412.

16- فينوس فائق: **"الصحافة الإلكترونية.. هل تحل محل الصحافة المطبوعـة"** 2004/12/9، الحـوار المتمدن، www.ahewar.org.

17- سمير محمود: **"الحاسوب الالي وتكنولوجيا صناعة الصحف"** ط1 (القاهرة، دار الفجـر،1997)، ص 27.

18- حسنى نصر، سناء عبد الرحمن: **"التحرير الصحفي في عصر المعلومـات: الخـبر الـصحفي"**، دار الكتاب الجامعي، العين، 2004، ص ص 22-232.

19- Carole Rick، Writing and Reporting News، 3rd edition، (Wadsworth publishing Company، 2004)، P. 100.

20- صلاح الوالي: "**الصحافة الإلكترونية.. دراسة مقدمة لمعهد دراسات التنمية**" القاهرة، يوليو 20، 2010.

21- عبد المالك الدناني: "**الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنـت**" ط 1 (بـيروت، دار الراتـب الجامعيـة، 2001م)ص 102- 103.

22- كارول ريتش: "**كتابة الأخبار والتقارير الصحفية**" ط1، ترجمة عبـد الـستار جـواد (العـين، دار الكتاب الجامعي، 2002) ص 406.

23- بندر العتيبي: "**الصحافة الإلكترونية هل هي بديل للصحافة المطبوعة أم منافس لهـا**" الإعـلام الرقمي،2005/12/11. www.al-jazirah.com.sa

الفصل الثاني

خصائص الصحافة الإلكترونية وانواعها

تتمتع الصحافة الإلكترونية في الغالب، بالحرية الكاملة التـي يتمتـع بهـا القـارئ والكاتـب عـلى الإنترنت على خلاف الصحافة الورقية التي تكون في العادة قد تم تعديل مقالاتها من قبل النـاشر أو رئيس التحرير حتى تلائم السياسة التحريرية للصحيفة.

والـصحافة الإلكترونيـة تتـسم بمجموعـة مـن المميـزات تجعلهـا تختلـف بـشكل او بـاخر عـن الصحافة الورقية أوالمطبوعة وهي:

1. التفاعلية:

وتعني مدى قدرة الشخص على الدخول في معالجة إعلامية بصفة نشطة مـن خـلال التفاعـل مـع الرسائل الإعلامية أو المعلنين. وتعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسـع الاتـصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين. أي إمكانيـة التواصـل والتفاعـل بـين المـستعمل والجريدة الورقية التي تقدم إعلاما.

فالاتصال عبر الحاسبات يقدم أشكالا متعددة من التفاعلية، مثل البحـث عـن المـضامين وإتاحـة رد الفعل أو رجع الصدى للمواقع الإعلانية، وبالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة والإذاعـة، فـان مـستخدمي الانترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الإلكتروني ذات الوصلات الفائقة للمحررين والمخرجين.

وبالإضافة للبريد الإلكتروني، تقوم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتجريب أساليب مختلفة لقنوات رد الفعل، مثل: الخطابات الإلكترونية إلى المحرر، وغرف الحوار الحي، واللوحات الإخبارية، وندوات النقاش، والأسئلة الموجهة إلى الخبراء.

2. الجاذبية:

وتعني الجاذبية الناتجة عن التعامل مع أكثر من ساحة، إذ يتمكن المتصفح لها من قراءة الأحداث ومشاهدتها والاستماع إليها في آن واحد.

3. السرعة:

وتعني السرعة في تلقي الخبر العاجل في وقته مشفوعًا بفيلم فيديو ومعزز بصور حية، مما يدعم مصداقية الخبر وذلك بدلا من الانتظار إلى اليوم الموالي لقراءة العدد الجديد من الصحيفة اليومية.

4.التحرر:

وتعني التحرر من مقص الرقيب والقيود التي قد يمنع نشر بعض الأخبار أو الصور في الصحف.

5. الاقتصاد:

وتعني الاقتصاد والتوفير في النفقات بالاستغناء عن أطنان الورق ومستلزمات الطباعة المستخدمة في الصحافة الورقية. وإعفاء القارئ من دفع ثمن الصحف التي يطلع عليها. بينما لا يحتاج من يرغب التعامل مع الصحافة الإلكترونية، سوى لجهاز كمبيوتر ومجموعة من البرامج التي يتم تركيبها أو تحميلها لمرة واحدة.

6. حماية البيئة:

وتعني حماية البيئة المحيطة من الكميات الهائلة من الصحف المقروءة المطبوعة بالأحبار السامة، ومن ضجيج مطابعها وفضلات صناعتها.

7. المشاركة:

وتعني إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير. من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الإلكترونية للقراء، بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع، ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة.

8. الآنية:

وتعني المعايشة المستمرة للأحداث والمتابعة الآنية لما يستجد من معلومات وسهلت عملية التدخل لتجديد المحتوى.

9. عدم حاجة الصحف الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين:

إنما يمكن إصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم. مع إمكانية الاطلاع على عدد من الصحف بدلا من الاكتفاء بالصحيفة الواحدة.

10. تجاوز حاجز المكان:

وإمكانية الاطلاع على الصحف الأجنبية بصرف النظر عن بعد مكان صدورها.

11. سرعة وسهولة تداول البيانات على الإنترنت:

بفارق كبير عن الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها حتى صباح اليوم التالي. وأكد العديد من خبراء الإعلام والصحافة ان مستقبل الصحافة المصرية (المطبوعة والإلكترونية) مرهون بغرف الأخبار المدمجة والوسائط المتعددة وخدمات الويب المتعددة، ولفتوا إلى أن صحافة الويب هى مستقبل الصحافة، نظراً لابتعاد معظم القراء عن شراء الصحف واعتمادهم على خدمات الويب والموبايل التى تقدمها الصحف بشكل كبير.

ومن أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية وهي:

- **الحصول على المعلومات:** تجارية واقتصادية وأسعار الأسهم وغيرها.

- **الحصول على نشرات فنية:** مختلفة من جميع أنحاء العالم.

- **الوصول إلى معلومات** الموسوعات العلمية.

- **الحصول على الأخبار من جميع أنحاء العالم:** فالصحيفة بإمكانها أن تَلعبَ دَورَ حلقةِ الاتصال اللحظيَّة أو الآنية بيْن جمهورها، عبْرَ حلقات النِّقاش، وغُرَف المحادثة، ومنتديات الحوار، وقوائم البريد، وغيرها.

- تعدد الوسائط: فيُمكن استخدامُ النص والصَّوْت والصورة لخِدْمة المضمون، وعرْضه بشكلٍ أفضلَ وجذَّاب.

- التمويل الإعلاني: لجَأتْ معظمُ الصحف الإلكترونية إلى التمويل وذلك مِن خلال الإعلانات، وقد أصْبَح إعلانُ اليافطة "بانر" هو مصدرَ الدَّخْل الرئيس لهذه الصُّحُف.

- الدقة في الإحصاءات: من طبيعة الشبكة العنكبوتيَّة توفيرُ إمكانية الحصول على إحصاءاتٍ دقيقة عن زُوَّار مواقِع الصحيفة الإلكترونية، وتُوفِّر للصحيفة مؤشرات عن أعداد قُرَّائها، وبعض المعلومات عنهم، كما تُمكِّنها من التواصُل معهم بشكلٍ مستمر؛ (إحصاءات الترتيب العالمي لموقع أليكسا).

- إمكانية ممتازة لقياس رجع الصدى: فالتفاعُل بيْن الصُّحف والقُرَّاء أصبح ممكنًا وميسورًا، فأصبح مِن الممكن للقارئ إبداءُ رأيه وملاحظاته في وقتٍ فوري، وذلك بعدَ أن ظلّتِ العلاقة هامشيَّة بيْن القارئ والصُّحف الورقيَّة.

- أرشيف إلكتروني متوافر: فتُوفِّر الصحافة الإلكترونية أرشيفًا إلكترونيًّا يُمكِن استرجاعه بكلِّ سُهولة من المستخدِم، وفي وقتٍ يسير.

- تعزيز الديمقراطية وحرية التعبير: فقد كان للصحافة الإلكترونية دورٌ كبيرٌ في تعزيز حريَّة الرأي، وخاصَّةً في العالَم العربي، مِن خلال التواصُل اللحْظي بيْن القارئ والجريدة، وقَبول النَّقْد، وإبداء الرأي مِن خلال التعليقات الفوريَّة، وإعطاء مساحة للشباب للتعبيرِ عنْ طُموحاتهم وتطلعاتهم مِن خلال أقلامِهم عبرَ مساحات

وهذه السمات والخصائص مثلت بالفعل تحديا للمؤسسات الصحفية، وأرغمها على ضرورة مواكبة هذا التطور التكنولوجي وتحديث منتجاتها حسب ما يخدم لغة العصر، وهذا بالفعل ما جعل معظم الصحف تتواجد على الشبكة بمختلف أشكالها، سواء بشكل مخالف عن النسخة المطبوعة أو كصورة الكترونية طبق الأصل عن الصورة المطبوعة.

وبالرغم قِصَر عمر الصُّحُف الإلكترونية مُقارنةً بنظيرتها الورقيَّة، إلا أنَّها استطاعتْ أن تَكونَ لها شخصيةٌ وأسلوب.

سلبيات الصحافة الإلكترونية:

وهناك سلبيات للصحافة الإلكترونية ومنها:

1. صعوبة التسويق وجلب الإعلانات وهي سلبية مازالت موجودة في الوطن العربي بالذات.

2. عدم التحقق من الأخبار والمعلومات وبذات الصحف التي تعتمد على الـصحفيين المتطـوعين وهذا ما يزيد من ظهور الإشاعات.

3. استخدام عناوين فاضحة لاستقطاب أكبر عدد من الـزوار وهـذه الـصحف تنـسب للـصحافة الصفراء التي تهتم بنشر الفضائح.

4. ضعف الأعداد المستخدمة للانترنت في الوطن العربي، حيث قـدر بنحـو 12 مليـون مـستخدم حسب إحصائية 2007، وهو رقم ضعيف جداً مقارنتاً بــ338 مليون مستخدم في أوربا.

أنواع الصحافة الإلكترونية

تنقسم الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت إلى نوعين رئيسين هما:

1. الصحف الإلكترونية الكاملة:

وهي صحف قائمة بذاتها وان كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم).

2. النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية:

وهي مواقع الصحف الورقية النصية على الشبكة، والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية، وخدمة تقديم الإعلانات لها والربط بالمواقع الأخرى.

وفي كتاب "الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت" صنف الدكتور محمد عبد الحميد صحافة الشبكات إلى **أربعة أشكال من خلال مجالات المشاركة إلى الآتي:**

- **المواقع الإخبارية السائدة:**

(وهي المواقع شائعة الاستخدام كوسيلة إخبارية على شبكة الويب، تقدم مختارات من المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم او منجا مخصصا للنشر علي الويب"

- **مواقع الفهارس والتصنيف:**

(وهذه المواقع ترتبط غالبًا بأي من محركات البحث؛ مثل: جوجل، التافيستا، ياهو، وكذلك بعض من شركات بحوث التسويق والوكالات، وبعض المشروعات الفردية).

- **مواقع التعليق على الأخبار وآراء الإعلام:**

(وتنتمي هذه الفئة في بعض الأحيان إلى الصحافة الرقابية)، وفي أحيان أخرى تعتبر امتدادًا لفئة مواقع الفهارس والتصنيف؛ مثل: مواقع المناقشة والمشاركة.

الفروق بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة:

ومن جانب اخر يمكن تحديد الفروق بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة **فى الجوانب التالية:**

1. من حيث الشكل والتصميم

أ. الصحف الإلكترونية يتم قراءتها بشكل عمودي أو أفقـي نظـراً لعرضـها مـن خـلال شاشـة كمبيـوتر صغيرة في حين يتم قراءة الصحف الورقية رأسياً على صفحات كبيرة وهو مـا يـسهل الاطـلاع الفـوري عـلى المحتوى الأمر الذي يصبح أكثر صعوبة من خلال الشاشة الأمر الذي تفادته الصحف الإلكترونية من خـلال القائمة الجانبية الموجودة بالصحف الرئيسية وهى الأشبه بفهرس للأبواب ومختصرات للأخبـار في الـصفحة الرئيسية.

ب. قدرة الصحف الإلكترونية على تفعيل عناصر الملتيميديا وتدعيم القصص الخبرية لملفـات متعـددة الوسائط وهذا الأمر غير متوافر في الصحف الورقية إلا أن فهـم طـرق توظيـف عنـاصر الملتيميـديا مـا زال محدوداً في الصحف الإلكترونية، كما أن استخدام عناصر الملتيميـديا يجعـل المـواد الإعلاميـة أشـبه بـالمواد المذاعة أو التي يتم بثها عبر التليفزيون وهو ما يفقد الجريدة خصوصيتها كما أن ذلك سيخلق تنافـساً بـين المؤسسات الصحفية ومقدمي الخدمات الصوتية والفيديوية عبر الانترنت مثل محطات الراديو.

وتنقسم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الصحافة على الإنترنت إلى نوعين هما:

أولاً: الرسوم المتحركة الديناميكية

وتتغير من عدد لآخر وفقاً لنوعية الموضوعات المنشورة في موقع الصحفية وبصفة عامة تستخدمها الصحافة الإلكترونية **لتحقيق ما يلى:**

أ. عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية.

ب. عرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين مثل استخدامها في عرض صور المرشحين للرئاسة، أو عرض صور لاعبى كرة القدم الذين أحرزوا أهداف المباراة.

ج. عرض مجموعة من العناوين المهمة في صفحة البدء غير المرئية والتي يصل إليها القارئ عن طريق تحريك الصفحة إلى أسفل.

د. جذب الانتباه عن طريق استغلال حركة الصور والعناوين.

ثانياً: الرسوم المتحركة الثابتة

وهى ثابتة في كل عدد من أعداد الصحيفة على الإنترنت والتي تميز شخصية الجريدة، **وتستخدم الصحف هذا النوع في تحقيق بعض الأدوار التالية:**

أ. تثبيت شخصية الصحيفة على الشبكة عن طريق تميز موقعها برسم معين يميزها عن غيرها من باقى الصحف والمواقع الموجودة على الشبكة.

ب. جذب انتباه القارئ للصحيفة.

ج. المساعدة على التذكر.

د. خلق انطباع معين لدى القراء.

2. من حيث كم المحتوى المقدم:

للصحف الإلكترونية قدرة هائلة على نشر كميات كبيرة من المحتوى غير محددة في ذلك بقيود المساحة أو وقت النشر، كما أن الخدمة الأرشيفية التي تتيحها من الخدمات المضاعفة لها من حيث كم المحتوى عن الصحف الورقية.

3. من حيث سرعة الوصول:

تمتاز الصحف الإلكترونية عن الورقية في ان إمكانية الوصول السهل لها يكون في أي مكان وفي أي وقت، أما الصحف الورقية فلها أماكن بيع محددة وأوقات محددة لشرائها فهي قابلة للنفاذ إلا أن الصحف الإلكترونية كى يتم قراءتها لابد من توافر جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت وهذا ما يجعل في أمر الوصول لهذه الصحف بعض الصعوبات في حالة انقطاع الشبكة أو بطء تحميلها أو إصابة جهاز الكمبيوتر بفيروس يستلزم إعادة تثبيت برامج التشغيل.

4. الفورية على شبكة الانترنت:

يمكن للصحف الإلكترونية أن تقدم تغطية مباشرة وشاملة للأحداث بشكل آنى خلال 24 ساعة، وهو الأمر الذي يصعب بالنسبة للصحف الورقية حيث يتطلب الأمر استصدار طبعة جديدة من الصحف أو الانتظار لليوم التالي، وقد لاحظت الجمعية العالمية للجرائد لدول أوروبا الخمسة عشر أنه بالرغم من أن المجلات هي أكثر عدداً من الصحف اليومية الا أنه على الانترنت فإن الصحف استطاعت أن تنسجم بسهولة مع ذلك الحامل الجديد وربما يرجع ذلك لأن سرعة شبكة الإنترنت قريبة من الثقافة الصحفية التي تعتمد كلياً على سرعة نقل الحدث. ولكن هنا يبرز تساؤلاً نتيجة لتوافر خاصية الإلكترونية على شبكة الانترنت في الصحف الإلكترونية ألا وهى (الإلكترونية على شبكة الانترنت مقابل الدقة أي منهما لها الغلبة) وهو ما يتفق مع الفكرة النظرية التي تم عرضها سابقاً حول السرعة مقابل الجودة، حيث أن السعي المستمر لتحديث الموقع وفقاً لآخر التطورات قد يجعل هناك حرص اقل

على تقصى الحقائق والتحليل العميق لها.وقد أوضحت Patricia And Others أن المنافسه الشديده بين الصحف الإلكترونية لتقديم المعلومات لحظة بلحظة لم تجعل هناك وقت للتأكد من دقة المعلومات.

5. الوصلات الافتراضية:

وهى أحد الأجزاء الأساسية المميزة للشبكة العنكبوتية حتى أن اسم الشبكة نفسه يوحى بالتداخلية بين العديد من المواقع، وتتيح الوصلات الافتراضية للمستخدم الخدمات الإخبارية الانتقال بين محتوى متنوع ومختلف والانتقال من قراءة مختصرات الأخبار إلى قراءة تفاصيلها بل تمكن هذه الوصلات المستخدم من التعرف على الخلفيات التاريخية للأحداث، إلا أن هذه الوصلات ترتبط بها بعض السلبيات وهى قد تتيح للقارئ قدر لا متناهي من المعلومات وقد تجعله ينتقل من القراءة في موضوع إلى موضوع آخر تماماً وهو ما قد يقلل قدرته على تركيز المعلومات واستيعابها بشكل جيد كما أن انغماس القارئ في كم غير متناهي من المعلومات قد يصيبه بالملل مما يدفعه إلى التوقف عن قراءة الصحيفة تماماً.

6. التفاعلية:

تتسم الصحف الإلكترونية بقدرتها على توفير قدر كبير من التفاعل بينها وبين مستخدميها، وهو الأمر الأكثر صعوبة في حالة الصحف الورقية حيث تتيح الصحف الإلكترونية هذا التفاعل سواء بالتعليق على الموضوعات أو التراسل مع مقدمي الخدمات الإخبارية بالموقع، وهو الأمر الذي قد يصاحبه بعض الصعوبات والمخاوف بالنسبة للصحفيين حيث يقع على الصحفيين عبء الرد على الكثير من الرسائل، كما أنه قد يرسل لهم بعض الرسائل المهينة أو التي بها تهديد أو بها معلومات خيالية تشغل الصحفيين دون فائدة.

أما آليات التفاعلية المتاحة لمستخدمي الصحف الإلكترونية هى:

أ. البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة.

ب. جماعات النقاش.

ج. تزويد المستخدم بالبريد الخاص لمحررى الموضوعات المختلفة.

د. الاستطلاعات الإلكترونية على شبكة الانترنت للرأى العام.

ه. النشرات الإلكترونية التي يبدى المستخدمين من خلالها على آرائهم.

و. تبادل رسائل إلكترونية مع الأشخاص الذين يرتبطون بموضع الحدث.

ز. الانتقال لمواقع أخرى تنشر معلومات تتفصيلية عن الموضوع المنشور في الصحيفة.

ح. مدى وجود إمكانية للاشتراك في النشرات الإلكترونية.

ط. إمكانية وجود اشتراك في جماعات النقاش.

ي. الشبكات الاجتماعية.

ك. المدونات والتويتر.

7. من حيث التكلفة وإمكانية تعديل المحتوى:

فقد اكتشف في دراسته المقارنة بين الصحف الورقية والإلكترونية أن هناك اختلافات في تكلفة التجهيزات اللازمة لصدور كل منهما حيث نجد أن الصحف الورقية تحتاج إلى تجهيزات أكثر وغالية الثمن يحمل عبء تكاليفها على المنتج ولا تحتاج إلى تجهيزات من المستهلك، أما الصحف الإلكترونية تحتاج إلى كلفة أقل في التجهيزات من جانب المنتج وبعض التجهيزات الاختيارية من جانب المستهلك، كما أن المنتج في الاولي لا يتحمل تكلفة طبع في حين أن المستهلك قد يتحملها في حالة احتياجه لقراءة المادة الإعلامية على ورق لكن سهولة التحكم في المحتوى الخاص بالصحيفة الإلكترونية تمكنه من المجال الذي يريد أن يحصل فيه على المعلومات والأخبار وتقليل تكاليف الطبع بالنسبة له.

مميزات الصحافة الإلكترونية

تنفرد الصحيفة الإلكترونية بالعديد من المميزات التي تجعلها مصدر جذب للقارئ الجديد **وذلك للعوامل والأسباب التالية:**

1. توفر كمًا ضخمًا من المعلومات.

2. توفر فرصا للوصول لمجالات شديدة التخصص تخدم مجموعات محددة من القراء.

3. المساحة لا تشكل مشكلة بالنسبة للصحيفة الإلكترونية فهي أشبه بالفضاء اللامحدود بعكس الصحيفة المطبوعة المحدودة بعدد معين من الصفحات.

4. المعلومات المنشورة على الانترنت قابلة بصورة مستمرة للمراجعة فالصحيفة الإلكترونية تشكل وسيلة إعلامية انسيابية متحركة دائمة التبدل والتجدد.

5. تكاليف المادة الإلكترونية وإعدادها ونشرها أقل بكثير من المادة المطبوعة.

6. السرعة أو الإلكترونية على شبكة الانترنت في نقل المعلومات والأحداث في حين أن الجريدة المطبوعة مقيدة بطبعات قليلة ومعينة قابلة للتحديث.

7. توفر الصحيفة الإلكترونية إمكانية التفاعل المباشر بين القارئ والمسئولين في الصحيفة أو الكتاب.

8. توفر الصحيفة الإلكترونية خدمات الأرشيف أو الرجوع إلى مركز معلومات الصحيفة بكل سهولة ويسر.

9. تقدم الصحيفة الإلكترونية خدمات الربط لمواقع أخرى ذات العلاقة.

10. الحضور العالمي حيث لا توجد عقبات جغرافية تعترض الصحيفة الإلكترونية فهي متاحة في كل مكان تتوفر فيه متطلبات الانترنت في حين أن الصحيفة مرتبطة بعمليات توزيع ونقل وشحن معقدة ومكلفة.

11. توفر الصحيفة الإلكترونية على مدار الساعة حيث يتمكن المتصفح من زيارة موقع الصحيفة في أي وقت يشاء دون الرضوخ لعامل الزمن أو التوقيت في حين الصحيفة المطبوعة موجودة في مواعيد محددة وتطبع نسخا محددة وتوزع في مساحة محددة.

وترصد "هند بدارى" أبرز سمات الصحافة الإلكترونية على شبكة الانترنت فى الجوانب التالية:

1. الفورية أو الإلكترونية على شبكة الانترنت.
2. التحديث المستمر للمضمون المقدم.
3. النشر على نطاق عالمي واسع.
4. القدرة على الربط بين عناصر متعددة داخل هيكل المعلومات.
5. استخدام الوسائط المتعددة.
6. الأرشيف الإلكتروني الفوري.
7. التفاعلية.
8. التفتيت أو اللاجماهيرية.
9. قابلية التحويل.

معوقات الصحافة الإلكترونية:

بالرغم من المؤشرات الإيجابية الكثيرة التي تصب في صالح الصحافة الإلكترونية، فإن كثيرًا من الصعوبات والتحديات والسلبيات، ما تزال تشكل حجر عَثْرة في طريق تفوُّقها؛ مما يُوجِب على المهتمين بهذه الصناعة العمل على تلافيها في المستقبل، إذا ما أرادوا النهوض بها، **وتتلخص فيما يأتي:**

1. تعاني أغلب الصحف الإلكترونية من صعوبات مالية تتعلق بالتمويل.
2. غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.
3. عدم وجود عائد مادي لدى أغلب هذه الصحف كما هو الحال في الصحف الورقية، عن طريق الإعلان؛ إذ إن المعلن ما يزال يشعر بعدم الثقة في الصحافة الإلكترونية، بل ويعتبر الورقية أكثر جدية.
4. عدم خضوعها للرقابة في ظل غياب الأنظمة واللوائح والقوانين التي تُنظمها، فلا يوجد تشريعات تحكم عمل الصحافة الإلكترونية، ولا يوجد تراخيص ممنوحة لهذه الصحف؛ حتى يمكن السيطرة عليها ومحاسبتها في حالة تجاوزها، فنلاحظ أن الكثير من هذه الصحف بات مصدرًا للشائعات والأخبار المثيرة العارية من الصحة؛ بهدف جذْب أكبر عدد ممكن من القراء.
5. غياب الإطار القانوني والمهني الذي ينظم عمل الصحفيين في المجال الإلكتروني ويَحفظ حقوقهم، فلا توجد نقابات مهنية لهم، كما لا يسمح بانضمامهم لنقابات الصحفيين.
6. عند استقراء أغلب هذه الصحف الإلكترونية، اتَّضح أن الكثير منها يقوم على سياسة الاستنساخ من الصحف المحلية والعالمية، ووكالات الأنباء، حتى ومن بعضها البعض، فأصبحت هذه الصحف تعتمد غالبًا على النسخ واللصق، الذي يصل أحيانًا إلى حد السرقة الصريحة، واستبدال أسماء المحررين والكُتَّاب بأسماء أخرى، ويرجع ذلك غالبًا إلى ضَعف الإمكانيات المادية، وقلة عدد المحررين، مع غياب المحاسبة والرقابة في المقام الأول.

مراجع الفصل الثاني

1- حسين فاروق: **"الصحافة الإلكترونية: إعلام الجيل"** منشور 21-11-2012.

2- Salmon، Gavriel، Cognitive Effects with and of Computer Technology، Communication Research، Vol. 17، No 1، February 1990، P 26.

3- فتحي حسين عامر: **"الخبر الصحفي الإلكتروني"** مرجع سابق، ص 155.

4- محمود علم الدين وليلي عبد المجيد: **"فن التحرير الصحفي"** (القاهرة: مركز التعليم المفتوح، 2003).

5- أسماء حسين حافظ، **"مصادر الأخبار الصحفية: سلسلة دراسات صحفية"** (القاهرة: دار الثقافة للنشر، 1999).

6- محمود علم الدين: **"الصحافة في عصر المعلومات"** القاهرة: العربي للنشر، 2000.

7- أسماء حسين، **مرجع سابق.**

8- محمود علم الدين: **"الصحافة في القرن الواحد والعشرين"** مرجع سابق.

9- فتحي حسين عامر: **"الرأي العام الإلكتروني"** القاهرة: دار النشر للجامعات، 2012.

10- عبادة سرحان، محمد حجاج: **"مقدمة فى استخدامات الإنترنت والوسائط المتعددة"** مرجع سابق.

11- جمال غيطاس: **"مدخل إلى الصحافة الإلكترونية"..** ورقة عمل مقدمة فى المؤتمر العام الرابع للصحفيين"، مرجع سابق.

12- منار فتحي محمد رزق: **"تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الانترنت دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور"** مرجع سابق ص201.

13- إيناس محمد مسعد فهمى سرج: **"أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية"** مرجع سابق.

الفصل الثالث

تحرير الصحافة الإلكترونية

تشكل المواقع الإلكترونية الصحفية التابعة للصحف المطبوعة الجزء الرئيسي وربما الساحق فى ظاهرة الصحافة الإلكترونية المصرية حيث تمتلك غالبية الصحف (قومية- حزبية خاصة) موقعًا لنشر الصحيفة الورقية، فى حين يمتلك عدد قليل منها بوابة موسعة تضم بداخلها عدة مواقع كما هو الحال فى المؤسسات الكبرى وفى مقدمتها الأهرام وأخبار اليوم أما المواقع التابعة لجهات غير صحفية (كبوابات الأخبار المستقلة والأحزاب والمنظمات والهيئات وغيرها) فتتراوح ما بين الغياب الكامل أو التواجد القليل الذى يجعلها لا تشكل ظاهرة وهذا الوضع تؤكده النتائج الموجودة على موقع "اليكسا" الخاص بترتيب المواقع عالميًا وعلى مستوى الدول وفقًا لعدد الزائرين فضمن المائة موقع الأكثر استخدامًا فى مصر فى 5 إبريل 2007 لا نجد أيًا من الصحف الإلكترونية بمفهومها الضيق، كما لا توجد أيًا من المواقع الشخصية "المدونات"، ولا توجد إلا مواقع إلكترونية للصحف الورقية ممثلة فى الأهرام (13) والجمهورية أونلاين (18) والمصرى اليوم (31) والأخبار (89) والوفد (100).

أما المواقع التى تقدم الأخبار وخدمات أخرى فتتواجد أيضا مثل مصراوى (10) وفى البلد (15) وتتفاوت تلك المواقع من حيث المستوى التقني بما يتضمنه من تصميم وتوزيعات الألوان وسرعة التحميل والبناء الداخلي والروابط النشطة ولغات البرمجة المستخدمة ودورة التحديث وكفاءة محرك البحث المستخدم على الموقع والخدمات المقدمة ومستوى التفاعلية بينه وبين الزائر وغيرها وهى الأبعاد التى تنعكس على مدى الإقبال على استخدام الموقع الذى يعد معيار قياس النجاح الذي يحققه.

ومع تزايد انتشار أجهزة الكمبيوتر شعبيًا وبدلًا من شراء صحيفة واحدة أصبح بإمكان الفرد عبر الكمبيوتر قراءة صحف الكترونية عديدة ويمكن الإطلاع على

أخبار العالم بمختلف اللغات، كما يستطيع أن يشارك بالحدث ويبدي رأيه بالمقال ويكون فاعلا ومؤثرا. وهذا الاختلاف جعل البعض يؤكد أن الفرق بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية كالفرق بين السينما والمسرح حيث يكون المشاهد متلقيا مباشرا للدور وفاعلًا فيه مؤثرًا ومتأثرًا، بينما في السينما متلقيًا فقط كما فتحت مجالًا للنشر أمام أعداد كبيرة من الكتاب لم يكن متاحا لهم من قبل في الصحافة الورقية، سواء بسبب صعوبة الاتصال أو بسبب الاحتكار المهني أو السياسي. كما أعطت فرص من خلال الصحافة المتخصصة الأدبية أو العلمية فى توفير ساحة من الصعب توافرها لدى الشباب.

ومن ناحية الحرية يعول الكثيرون على الصحافة الإلكترونية بوصفها منبر من لا منبر له، وساحة للحوار وللتعبير عن الرأي، كونها توفر فرصة النشر بلا رقابة لما يجعلها أقرب بسوق للأفكار تعمل فيه الصحف الإلكترونية فى سياق "العالم الافتراضى" حيث الأفق أكثر اتساعا والتنوع متاح لكتابة تبدأ من الخواطر وتمتد إلى أكثر القضايا أهمية فى المجتمع.

وتتميز بانخفاض مصاريف إنشاءها وذلك بالمقارنة بمصاريف إنشاء جريدة ورقية، إلى جانب سهولة وسرعة البحث والتخزين، وسهولة الوصول لموضوعات أخرى مشابهة.

كما ان فكرة العالمية في دنيا الصحافة الإلكترونية جعلتها صحافة حية تتفاعل مع الأحداث في التو واللحظة نتيجة لسرعة تلقي الأخبار العاجلة وتضمين الصور وأفلام الفيديو وحدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب، مع إمكانية مشاركة القارىء مباشرة في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الإلكترونية للقراء بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة.

وأن كانت السمة الأهم للصحافة الإلكترونية هى سمة الحرية والتخلص من الرقابة. فان عملية التقييد والرقابة الأمنية من شأنها ترك تأثيرها على هذا الجانب بما يفرض عليها وعلى العاملين بها تحدى التوصل لميثاق شرف وآلية مؤسسية لتمثيلهم وفى 30 يونيو 2002 أصدرت محكمة جنح السيدة زينب حكمها بحبس شهدى

نجيب سرور خبير الانترنت وابن الشاعر الراحل نجيب سرور بالحبس لمدة سنة مع الشغل والنفاذ ودفع كفالة مالية قدرها 200 جنيه، بعد أدانته بحيازة وتوزيع قصيدة لوالده بتهمة مخالفة الآداب العامة ومع نهاية 2003 أصبح استخدام الإنترنت سببًا لسجن العديد من الأشخاص وتم تأسيس إدارة جديدة تتبع الإدارة العامة لمعلومات والتوثيق تحت اسم "إدارة مكافحة جرائم الحاسبات وشبكة المعلومات" أطلق عليها المهتمين بحرية الرأي والتعبير فى مصر اسم "شرطة الانترنت".

وتعددت التهم الخاصة بالنشر الإلكتروني ففى القضية رقم 809 لسنة 2003 أمن دولة عليا طوارىء المتهم فيها المهندس أشرف إبراهيم وآخرين والمعروفة باسم قضية "الاشتراكيين الثوريين" شملت التهم التى وجهت إليهم إذاعة أخبار كاذبة عمدًا عن الأوضاع الداخلية بالبلاد من شأنها إضعاف هيبة الدولة عن طريق الانترنت لجهات خارجية - منظمات أجنبية لحقوق الإنسان- على خلاف الحقيقة تتضمن انتهاك حقوق الإنسان فى البلاد، وغيرها من القضايا المتزايدة فى هذا الاتجاه. كما أوقفت السلطات ثلاثة مدونين في يونيو 2006 وسجنتهم لمدة شهرين لمطالبتهم بضرورة إدخال إصلاحات ديمقراطية في البلاد.

بالإضافة إلى إصدار إحدى المحاكم الإدارية في مجلس شورى الدولة حكمًا يقضي بالسماح للسلطات بحجب أو تعليق أو إقفال أى موقع إنترنت من شأنه أن يشكل تهديدا "لأمن الدولة"، وهو ما اعتبر مصدر قلق كونه قد يمهد لفرض رقابة أكثر صرامة على الشبكة. ومع قانون مكافحة الإرهاب بدأ الحديث عن وضع ضوابط وإجراءات خاصة بالإرهاب الإلكتروني، وهو الأمر الذى يحمل بعض التساؤلات حول تعريف الإرهاب وكيفية التعامل مع المواقع الإلكترونية وما تنشره، وهو ما عبر عنه مجلس نقابة الصحفيين فى بيانه بتاريخ 6 أبريل 2007 الذى رفض فيه أى اتجاه لتقييد حرية الإعلام أو الصحافة وبشكل عام مثلما "كان للصحافة الإلكترونية مزايا وخصائص لا توجد في الصحافة المطبوعة، فقد تولدت عنها أيضا سلبيات لم تشهدها الصحافة المطبوعة بنفس الدرجة كما حملت داخلها بعض السلبيات الموجودة فى الحقل الصحفى نفسه ومن تلك السلبيات وجود صحف لا تلتزم بالأمانة والشفافية بما يضر بالمصداقية ككل، ويثير التساؤل حول حقيقة الكاتب نفسه مع

انتشار الكتابة باسم مستعار أو قيام البعض باستخدامها كساحة لتصفية الخصوم عبر اصطناع أخبار وصور وهمية".

وبدوره أعتبر جمال غيطاس فى دراسته أن الجانب السيىء الذى يهدد الصحافة كمهنة من قبل الصحافة الإلكترونية يتمثل فى قضية الأخلاقيات فى ظل انتشار عمليات السطو على حقوق التأليف والنشر والتساؤل عن المصداقية والثقة فيما يتم تناوله من أخبار. كذلك تعانى الصحافة الإلكترونية من غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبلها وندرة الصحفي الإلكتروني وغياب الأنظمة واللوائح والقوانين المنظمة لعملها، كما توجه العديد من الانتقادات لغلبة التوجهات الأيديولوجية فيها والتى قادت إلى وصفها بأنها صحف فى مرحلة "الانفلات الإلكتروني"، فكل من لديه قضية مع نظام أو دولة أو حزب سياسى يطلق صحيفة إلكترونية. وهو ما يؤكد عليه بعض العاملين فى تلك الصحف مشيرين إلى إشكاليات التطور وتوفير التمويل اللازم لمؤسستها عبر إيجاد هيئة تحرير ثابتة من الكتاب والصحفيين بما يحتاج لتوفر تكاليف مادية للمحترفين. وهو أمر لازال يعانى من صعوبات توجه معظم الإعلانات إلى الصحف الورقية لانخفاض ثقة المعلنين فى الصحافة الإلكترونية.

تساؤلات كثيرة وردود قليلة تطرحها الصحافة الإلكترونية والعديد من القضايا مطروحه للنقاش والتى ترتبط فى جوهرها بطبيعة الأسباب والظروف التى أنتجت أو مهدت أو ساعدت على ظهور أو انتشار الصحافة الإلكترونية، وهى تساؤلات ترتبط بمحتوى ما ينشر وحدود الرقابة والتكلفة المالية للصحف الورقية بالإضافة إلى تغير العالم وتغير الجمهور المتلقى والرغبة فى استخدام التكنولوجيا الحديثة. ولعل أهم تلك التساؤلات ما يرتبط بمساحة الحرية السياسية ودرجة التنوع المتاحة أمام القارىء خاصة فى الحالات التى تسيطر فيها الدولة على الإعلام والصحافة الورقية. إلى جانب العامل الاقتصادى الذى يحد من قدرة الكثير من الأفراد على اقتناء مصادر مختلفة للمعلومة فيصبح التليفزيون "الحكومى" الموجه هو مصدر المعلومة الأساسي.

وفى ظل هذه الظروف تمثل الصحافة الإلكترونية حل للعديد من الإشكاليات ولكن ليس كلها بالطبع، فهى تتيح من خلال تكلفة أقل التعرف على العديد من الاراء

والمصادر، وتوفير روابط ووسائل إيضاح ومعلومات أكثر تنوعا من الورقية ولكنها تثير تساؤلات أخرى هامة، مثل هل تتاح تلك الصحف الإلكترونية للمواطنين؟ وهل يعد العامل الاقتصادى عائق أمام انتشارها أم أن انتشار الانترنت وتوافره بشكل متصاعد مع انتشار الكمبيوتر فى المنازل أو انتشار مراكز الانترنت ووصلات المنازل وغيرها من الوسائل يجعلها بوابة فعليه لتحرر المواطنين من الإعلام السلطوي الموجه؟

ومع افتقاد الصحافة الورقية فى صورتها المتاحة للتنوع المطلوب وعدم مسايرتها للتطورات المحيطة داخليًا وخارجيًا بالشكل الذى يتلاءم مع احتياجات الجماهير، والقيود التى تواجه عملية إصدار صحف جديدة مثلت عوامل دافعة لانتشار الصحف الإلكترونية التى لا تحتاج بدورها لتلك الموافقات ويسهل تصميمها وتنفيذها بتكلفة مالية محدودة وبخبرة معقولة فنيا مع بعض التنوع فى المصادر. حيث ترجع الكثير من التحليلات تزايد اللجوء للصحافة الإلكترونية لتعقد عملية الحصول على رخصة لإصدار صحيفة، والتى تتطلب موافقة العديد من الجهات، مثل المجلس الأعلى للصحافة والأجهزة الأمنية المختلفة ومثل هذه الموافقات تعد أمرا صعبًا ومعقدًا، فضلا عن ارتباط الموافقات بدفع مبالغ كبيرة تصل إلى مليون جنيه للصحف اليومية، ولذلك يفضل الناشرون طريقة أخرى هي إصدار الصحيفة بتصريح من خارج مصر (من قبرص بشكل خاص) لكن الكادر والمقر والتوزيع والجمهور والموضوعات كلها مصرية وبذلك يتخلص الناشرون من القيود القانونية والمالية، لكن ضريبة ذلك تكون الخضوع لقانون التعامل مع الصحف الأجنبية التي تتيح للسلطات مصادرة العدد قبل توزيعه أو منعها من التوزيع تماما. وهو ما يعني الحكم عليها بالإغلاق.

لذلك تواجدت صحف إلكترونية على الشبكة على خلفية عدم السماح لها بالنشر الورقى كصحيفة الشعب وهو ما يؤكد عليه وائل عباس- مدونة الوعى المصرى- كما جاء فى أحاديث منشورة له، وموجودة على موقعه بأن الحاجة للصحافة الإلكترونية فى مصر تمثل وسيلة لتجاوز عدم وجود قنوات أخرى بديلة عن إعلام الدولة، وصعوبة إنتماء محطات للراديو أو التلفزة واللجوء للإنترنت كملاذ آمن، مشيرا إلى العقبات التى تواجه تلك الصحافة وخاصة التحرشات الأمنية وحجب المواقع وأحيانا تخريبها وتدميرها وفصل خطوط الهاتف المستخدمة في النشر والاستيلاء على

الأجهزة والخوادم التي تنشر المواقع والحبس بسبب موضوعات نشرت على الانترنت. ولهذا السبب نفسه تصبح قضية الرقابة على الصحافة الإلكترونية مجالا للطرح الدائم لما تتناوله من قضايا تسعى السلطات لمنع تداولها، وكما تتمكن السلطة من حجب صحيفة مكتوبة تحاول استخدام وسائلها الحديثة لمنع الصحافة الإلكترونية.

ويؤكد البعض على إن العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمكتوبة هى علاقة تكاملية وليست تنافسية، يؤكد البعض الأخر أن الصحافة الإلكترونية هزت عرش الورقية وأظهرت عيوبها وخاصة ما تتسم به من "مركزية" و"تحكم" مقارنة "بمرونة" و"ديمقراطية" الصحافة الإلكترونية، وبينهما بالطبع الكثير من الآراء التى تؤكد بدرجة أو بأخرى على تأثر مكانة الصحافة الورقية ولكن دون أن تصل لدرجة الإلغاء مع التأكيد على تطور الصحافة الإلكترونية دون أن تصل لمستوى البديل الجامع المانع خاصة وان الكثيرين لازالوا يقدرون أهمية المطبوع والورقى عن الإلكتروني، وهو ما يجعل العلاقة بينهما علاقة تنافس لصالح القارىء والرأي العام، ومما يدعم هذا الرأي أن المستجدات التكنولوجية تراكمية ولا بعد إقصائي بداخلها فالتلفزيون لم يلغ الإذاعة أو السينما وهما مجتمعين لم يلغوا المكتوب صحافة أو مقالا أو كتابا أو ما سواها.

من جانب أخر هناك من يرفض المقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية من منطلق أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمى والواقعي للكلمة والإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والمقالات والأخبار والصور تخلو من الروح والإحساس الصحفى الموجود فى الصحف الورقية ولكن تبقى نقطة الاتفاق الأساسية فى تلك الآراء، وهى الاعتراف بوجود تغييرات فى الساحة الإعلامية وتأثير ما للصحافة الإلكترونية، وهو الوضع نفسه الذى دفع إمبراطور الإعلام روبرت ميردوخ إلى رفع شعار "تغير أو اندثر" مشيرا لخطر زوال تأثير المؤسسات الإعلامية التقليدية أمام الأسلوب الجديد في صناعة المعلومات.

حيث أشارت العديد من الدراسات إلى عزوف القراء عن متابعة الصحافة المطبوعة لصالح الإلكترونية على الإنترنت أو الفضائيات.

كما أظهر المسح السنوي الثالث للإعلانات في الصحف الإلكترونية الذي أجري على أكثر من سبعين صحيفة في أربعين دولة وظهرت نتائجه فى مارس 2006، أن

الانترنت بدأ يأخذ حصة أكبر من إعلانات الصحف المطبوعة. واظهر المسح الذى يقوم به اتحاد الصحف العالمي أن 40% من القراء يستخدمون الإنترنت للحصول على معلوماتهم بشكل كامل وأن 82% منهم يعتمدون على الجرائد المطبوعة كأحد أهم ثلاث طرق للحصول على المعلومات، ويؤكد أحمد عبد الهادى على ارتفاع ثمن الإعلانات فى الصحف الإلكترونية مقارنة بالورقية رغم أنها لا تكلف بالمقارنة بالورقية، فهى لا تؤدى لاستقطاع مساحة أو إلغاء مواد تحريرية لنشر الإعلانات كما يحدث فى الصحف الورقية بما يعنى أن نشرها على الموقع لا يضر بالمادة التحريرية. وان عبر عن أن التحدى فى مصر والمنطقة العربية هو عدم ثقة المعلنين فى الصحافة الإلكترونية وتعودهم على نشر الإعلانات فى الصحف الورقية، إلا انه أشار إلى وجود اتجاه خلال السنوات الأخيرة للتغير والصعود فى صورة قفزات فثبات فقفزات بتطور الصحافة الإلكترونية فى مصر من الناحية المهنية والفنية والتطور العالمى. وبشكل عام تحمل الصحافة الإلكترونية في طياتها العديد من التحديات يتعين على المحررين والصحفيين أو كل من يقرر العمل بها أن يكون على وعى بها.

وتشمل هذه التحديات - **كما يؤكد جمال غيطاس** - تحدى تعدد المهارات: فمحرر الصحافة الإلكترونية يتعامل مع وسائط متعددة الخدمات، ولذلك يجد من المتعين عليه أن يجيد مهارات يدوية عديدة مثل. مهارات استخدام المسجلات الرقمية، والكاميرات الرقمية، والعمل ميدانيا بالقلم والكاميرا والمسجل والحاسب والتليفون معًا، واستخدام برامج تحرير الصور وتحدى تمدد الأعباء ففي الصحافة المطبوعة ينتهي العبء الملقى على عاتق المحرر "تقريبا" عند الحصول على المعلومات وإعدادها في شكل نص مكتوب بصورته النهائية ثم تقديمه ليدخل في دورة التجهيز للطبع، وقليلا ما يكون هناك عبء كبير في عملية المتابعة بعد النشر، لكن الإلكترونية تمدد هذا العبء على المحرر، وتطيل من دوره داخل العمل فدوره لا ينتهي بإعداد النص المكتوب أو الملف الصوتى أو المرئى الذي جلبه من موقع الحدث أو مصدر المعلومة فمن الوارد أن يكون عليه البحث عن خبراء في القضية وتجهيزهم للرد على أسئلة الجمهور عبر الموقع والبحث عن مواقع ذات علاقة بالقضية التى يعالجها أو يفتح مجالا للحوار والنقاش حولها ويقوم بمتابعته.

تأثير الصحافة الإلكترونية علي التحرير الصحفي:

فيما يلى ثلاث نقاط اساسية التأثير التى يمكن أن تحدثها الصحيفة الإلكتروينة المعتمدة فى ظل المعلومات على شبكات الحاسب على عملية التحرير الصحفى، **وتتحدد هذه النقاط فيما يلى:**

1. تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم النص الفائق Hyper Text.
2. تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الوسائط الفائقة Hyper Media.
3. تحرير المادة الصحفية طبقاً لاحتياجات القارئ.

وشرح هذه النقاط كالاتي:

1. تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم النص الفائق:

تختلف الأنظمة الإلكترونية فى طبيعتها عن الأنظمة الورقية من حيث درجة التنوع فى كمية ونوعية المعلومات التى يتيحها كل نظام، ولا يوجد وجه للمقارنة بين هذين النوعين من الأنظمة الصحفية فيما يتعلق بهذا الجانب، حيث تتفوق الصحيفة الإلكترونية فيما تتيحه من معلومات ـ على المستويين الكمى والكيفى ـ بصورة كبيرة، ومن الممكن أن نتصور أن الفكرة الأساسية التى وقفت وراء نشأة أنظمة النشر الإلكتروني هو التوافق مع الثورة الحادثة فى مجال المعلومات، وقد تمثلت أحد الآليات الأساسية لإحداث هذا التوافق فيما عرف بالنص الفائق ويتمتع النص الفائق بمجموعة أخرى من النصوص المرتبطة به من خلال إشارات معينة بداخلة، يتم تمييزها تيبوغرافياً داخل النص الأصلى، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال الجوال فإنها تفتح على نصوص أخرى، وهذا النص هو أساس التجول على أى موقع لصحيفة الكترونية على شبكة الانترنت، ويمكن الحاسب مستخدمية من التجول بين الصفحات المتصلة بنصوص أو صور أو موسيقى أو فيديو، وهذه لها اتصالات تسمى كلمات نشطة.

ومن الملاحظ أن فكرة النص الفائق تتأسس على أن أى معلومه عادة ما يرتبط بها عدد آخر من المعلومات، فعندما نشرح معلومة جديـدة فإننـا نربطهـا بمعلومـات مألوفـة لـدى القـارئ، والـنص الفائق عموماً يحاول أن يبلور طريقة الإنسان فى التفكـير والتعامـل مـع أى نـص يحمـل معلومـات عندما يسأل عن بعض الجوانب فيه فيؤدى ذلك إلى الدخول فى معلومات جديدة، وقد يعود الفـرد إلى النص الأصلى وقد لا يعود.

ويختلف أمر المعالجة التحريرية للمادة الصحفية التـى تعـرض مـن خـلال صـحيفة الكترونيـة طبقاً لمفهوم النص الفائق من عدة جوانب يمكن تحديدها فيما يلى:

أ. ضرورة الاعـتماد عـلى مـادة معلوماتيـة متميـزة عـلى المـستويين الكمـى والكيفـى، فـالمحرر الصحفى الذى يعمل فى صحيفة الكترونية مطالب بـأن يغـذى موضـوعه الـصحفى بـأكبر قـدر مـن المعلومات التى تغطى كافة الزوايا الآلية وكافة الخلفيات المعلوماتية المتعلقة بالأشخاص والأحداث والأماكن والمفاهيم والأفكار التى وردت فى المادة الصحفية.

فإذا كان المحرر الصحفى داخل الـصحيفة المطبوعـة يتعامـل مـع نـص صـحفى مغلـق ينتهـى، بتدفق المعلومات بداخله بمجرد وصول القارئ إلى الكلمة الأخيرة فيه، فإن المحـرر داخـل الـصحيفة الإلكترونية يتعامل مع نص مفتوح على مجموعة متنوعة من النصوص الأخرى المرتبطة به والتى قد تعطى تفاصيل معلوماتية إضافية (قد يستخدمها أو لا يـستخدمها القـارئ) ولكنهـا لابـد أن تكـون موجودة وقائمة.

فإذا تصورنا خبراً قصيراً نشر فى صـحيفة مطبوعـة وعالجـه المحـرر الـصحفى لينـشر فى صـحيفة مطبوعة، ولكن يختلف هذا الخبر لو نشر فى صحيفة الكترونيـة فلابـد أن يختلـف أسـلوب إعـداده التحريرى بحيث يتناسب مع مفهوم النص الفائق الذى ترتكز عملية التحرير الصحفى الإلكتروني.

فهناك العديد من الكلمات التى وردت فى هذا النص يمكن أن تصبح كلمات نـشطة تفـتح عـلى نصوص أخرى تتضمن معلومات تفصيلية عنها، وقد تم تمييزها تبوغرافياً بوضع خط أسفلها.

ومن هنا فإن المحرر الصحفى لا يكتفى كالمحرر فى الصحيفة المطبوعة بالمعلومات التى وردت فى هذا الخبر، بل لابد أن يعد معلومات تفصيلية إضافية، على كافة الكلمات التى وردت فى الخبر، على أن يصبغ المعلومات المتعلقة بكل كلمة فى وحدة منفصلة بحيث تفتح الكلمة النشطة بشكل مباشر على الوحدة التى تتضمن التفاصيل المعلوماتية الخاصة بها.

ب. طبقاً لما سبق فإن مسئولية المحرر الصحفى فى الصحيفة الإلكترونية لا يتنتهى بمجرد كتابة الخبر وإعداده فى الشكل الذى يجعله صالحاً للنشر، كما هو الحال فى العمل التحريرى فى الصحف المطبوعة، بل إن مسئوليته الحقيقة تبدأ عند هذا الحد، وتتمثل هذه المسئولية فى تحليل الخبر لرصد مجموعة الكلمات التى يمكن أن يتعامل معها ككلمات نشطة.

وإحدى الوظائف الجديدة التى يجب أن يقوم بها المحرر داخل الصحيفة الإلكترونية، هى وظيفة تحليل البيانات الصحفية، بحيث يقف على كافة الكلمات التى يمكن أن تتشكل حولها مجموعة من النصوص الفرعية التى تجعل من المادة الصحيفة نصاً فائقاً Hyper Text.

من الضرورى أن يتعامل المحرر الصحفى فى الصحيفة الإلكترونية مع المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الشبكة Network، فالصحيفة الإلكترونية توضع على شبكة الانترنت وهى شبكة إخطبوطية تتوافر عليها أعداد لا متناهية من الموقع المعلوماتية، التى تعبر عن أفراد أو مؤسسات أو منظمات أوالمعلومات المتوافرة على هذه المواقع.

ومع دخول الصحافة عصر الاندماج أو التقارب Convergence مع الوسائط الأخرى: وهناك اربعة أبعاد لهذا التقارب أو الاندماج الصحفىJournalistic Convergence، **تتضمن:**

البعد الأول: الانتاج المتكامل فى صالة التحرير وفى أساليب جمع الأخبار

Integrated Production

البعد الثانى: المهنيين متعددى المهارات

Multiskilled Professional

البعـد الثالـث: تقـارب المحتـوى Content Convergence مـن خـلال منـصات توصـيل متعـددة Multiplatform Delivery

البعد الرابع: الجمهور النشط Active Audience المشارك والمتفاعل والمنتج للمحتوى.

ومنذ أوائل التسعينات 1994 بدأ ت عملية نشر نـسخ اليكترونيـهOnline Editions مـن الـصحيفة على شبكة الانترنت بدون أى تعديل (Shovleware).

وفى أواخر التسعينات بدأت المؤسسات الصحفية فى اطلاق صحف إلكترونية على شبكة الانترنت Newspapers Online تستفيد من امكانات الشبكة المختلفة كتعددية الوسائط والتفاعلية والمشاركة.

ومع بداية الألفية الثالثة يتم تطوير مواقع الصحيفة على الانترنت ليصبح شكلا اعلاميـا جديـدا يقدم خدمات اعلامية وإعلانية جديدة الى جانب النشر الصحفى، مع اشراك القراء فى عمليـة انتـاج الصحيفة وتحديث موادها.

يتم اطلاق مواقع اخبارية، مثل مواقع محركات البحث، اضافة الى مواقـع محطـات التليفزيـون والراديو ووكالات الاعلان.

2. تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الوسائط الفائقة:

يتوازى مع مفهوم النص القائق مفهوم الوسـائط الإعلاميـة الفائقـة، وهـو نظـام يـوفر للمحـرر فرصة التعبير عن المعلومات بأشكال مختلفة تشمل الـنص والـصوت والـصورة وغـير ذلـك، وتتميـز الوسائط الفائقة بالتفاعلية فالقارئ لابد وأن يبحث عن مفاتيح الكلمات أو العلامـات الخاصـة بهـا من خلال حشد من المعلومات.

ويختلف مصطلح الوسائط الفائقة عن مصطلح الوسـائط المتعـددة الـذى اصـبح تعبـيراً موازيـاً لتكنولوجيا الاسطونات المدمجة

فالوسائط المتعددة تعنـى وجـود اسـطوانة مدمجـة وكـارت صـوت وكـارت فيـديو عـلى جهـاز الكمبيوتر تساعد المستخدم على الإفادة من المعلومات المعبر عنها بطريقة سمعية أو بصرية.

الوسائط المتعددة ليست بالضرورة تفاعلية على الرغم من أن بعضاً مـن منتجاتهـا تـصمم لـكى تحقق نوعاً من المشاركة من جانب المتلقى (الإيجابى)، فى حين أن بعـضها الآخـر يوجـه إلى المتلقـى (السلبى)، وفى المقابل من ذلك نجد أن الوسائط الفائقة تتطلب دائماً نوعاً من المشاركة مـن جانـب المتلقى.

ويترتب على هذه الخاصية التى توفرها الصحيفة الإلكترونية تحول شديد الأهمية فـيما يتعلـق بعمل المحرر الصحفى، فبعد أن كان المحرر فى الصحيفة المطبوعة يعتمد على أداتين تعبيرتـين، هـما النصوص الحرفية والصور الثابتة، فإن المحرر فى الصحيفة الإلكترونية بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى هذين الأداتين على التعبير بالصوت والصورة المتحركة.

وبالتالى فإن أسلوبة فى الاعتماد على الكلمات فى نقل الحـدث أو المـضمون الـذى تحملـه المـادة الصحفية يتطلب إعادة النظر، ففى وجود إمكانية التعبـير بالـصورة المتحركـة وبالوسـيط الـسمعى تقل قيمة إستخدام الكلمات بشكل التقليدى الذى كانت تستخدم فى الصحافة المطبوعة.

شكل يوضح الفرق بين النص التقليدي والفائق:

النص التقليدى	النص الفائق
1. منتظم ومرتب Ordered	عشوائي Random
2. نص موحد Unified	نص مترزم Fragmented
3. يظهر في شكل متكامل Whole	يحتوى على العديد من وجهات النظر Multiper Spectival
4. ذو منظور أو رؤية فردية Singular Vision	متناقض Control Directory
5. متماسك Consistent	يتحكم فيه القارئ Reader Controller
6. ينضم فيه الكاتب Author Controlled	يضعف أهمية المصدرUndermines Authority
7. يوطد العلاقة بين النص ومصادره Establishes Authority	تعاوني Participatory
8. سلبي Passive	يتطلب البحث عن المعلومات وتتبعها Information Agency
9. يعتمد على توصيل المعلومات جاهزة Information Delivery	شيئي Network
10. خطى Linear	متعدد الاتجاهات Multidimen Sional
11. يتم الوصول به بطريقة فردية Singular Path	يتم الوصول له من خلال العديد من الطرق المتعاقة Multi Sequential Path
12. يتطور بشكل منطقي. Logical Progression	يتشارك مع العديد من الروابط Associative Links
13. محتواه فردى Self Contained	محتواه موسوعي Encyclopedic

ومن الضرورى أيضاً أن يكون المحرر الصحفى على وعى تام بالإمكانيات التعبيرية للوسائط السمعية والبصرية، وأن يعبر عن كل معلومة داخل المادة الصحفية التى يقوم بإعداها للقارئ بالوسيط المناسب لها، وأن يتجاوز الأسلوب التقليدي للتعبير عن الصحافة المطبوعة بالنصوص والصور الثابتة.

فقارئ الصحيفة الإلكترونية يطلب دائماً الاستفادة من كافة إمكانيات هذا الوسيط الإعلامى.

فالقارئ العادى عندما يقرأ التعليق الذى قدمه أحد المحررين الرياضيين عن مبارة لكرة القدم يكتفى بأن يكون ملم وعلي دراية بالمضمون من خلال الكلمات التى يسوقها المحرر والصور الثابتة المرفقة بالموضوع.

ويختلف الوضع بالنسبة لقارئ الصحيفة الإلكترونية، حيث يمكنه أثناء المتابعة وعندما يصل إلى تعليق المحرر على أهداف المباراة أن يطلب عرضاً تليفزيونياً للأهداف، فتنقسم شاشة الحاسب إلى جزئين: جزء خاص بالنص المقروء وبالجزء الثانى يعرض تليفزيونياً أهداف المباراة.

وقد يطلب القارئ أيضاً معلومات أكثر عن أحد الأندية أو أحد اللاعبين بالمباراة أو عن الحكام أو الشخصيات الأخرى التى وردت فى التقرير الصحفى فيتم تقسيم الشاشة إلى ثلاثة أقسام: قسم منها للنص الرئيسى، وقسم للعرض التليفزيونى، وقسم لعرض ملف المعلومات التفصيلية الخاصة بالاسم الذى طلب القارئ المزيد من المعلومات عنه.

ومن الممكن أن تخفى النافذة الجديدة (سواء كانت نصية أو صورية ثابتة أو صورية متحركة) النافذة السابقة لها، ومن الممكن أن يتم تقسيم الشاشة إلى أكثر من قسم يحوى كل قسم منها وسيطاً تعبيرياً، كما سبق وأن أشرنا، والأمر متروك لرغبة المستخدم لمادة الصحيفة على شاشة الصحيفة الإكترونية.

3. تحرير المادة الصحفية طبقاً لاحتياجات القارئ:

تتوافر المعلومات الموجودة على الصحف الإلكترونية فى وسائل الإعلام التقليدية المختلفة، بشكل لا يسمح للمستخدم ببناء البيئة المعلوماتية الخاصة به فى حدود ضيقة، فالشخص يمكن أن يقرأ ما هو متاح من مواد على صفحات الصحيفة المطبوعة ويمكن ألا يقرأ.

وعندما يتخذ القارئ قرار القراءة فإنه يختار ما يقرأه بين ما هو منشور على صفحات الجريدة أو المجلة، ولكن هذا الاختيار يعد محكوماً ونسبياً، فى مقابل ذلك نجد أن الصحيفة الإلكترونية تتيح للقارئ أن يبنى البيئة المعلوماتية (إختيار المواد الصحيفة التى تقابل إهتماماته وإحيتاجاته) وتفى بإحتياجاته.

وعملية الاختيار بين المعلومات تعد أحد أهداف المتلقى، وقد يتعرض القارئ عندما يطالع الصحيفة المطبوعة لبعض المعلومات التى قد لا يرغب إبتداء فى التعرض لها.

وينتفى هذا الأمر تماماً فى حالة التعرض للصحيفة الإلكترونية، فالمفتاح الأساسى للقارئ فى هذه الحالة، هو فهرس كامل وشامل للمادة الصحفية المتضمنة بها، من هنا لابد أن يأخذ المحرر فى الاعتبار ضرورة عرض موضوعاته الصحفية بأسلوب يختلف عن أسلوب العرض والتصميم الخاص بالصحف المطبوعة

فالصفحة فى الصحيفة المطبوعة هى الوحدة الأساسية فى إخراج الموضوعات، ويختلف الوضع فى الصحيفة الإلكترونية التى يعد الموضوع فيها هو الوحدة الأساسية فى تقديم المعلومات، ولكى يتوافق المحرر مع هذه الوضعية فلابد أن يقدم معلوماته بشكل مفهرس، ويتضمن هذا الفهرس مجموعة العناوين الأساسية التى تصنف مجالات اهتمام الصحيفة (سياسية محلية / سياسية خارجية / اقتصاد /تعليم / رياضة / فن / وغير ذلك).

ويتم التعامل مع هذه العناوين بالشكل الفائق أيضاً، فكل عنوان خاص بمجال إهتمام معين يفتح على عناوين فرعية، ويفتح كل عنوان منها على مجموعة أخرى من العناوين وهكذا، مع الأخذ فى الاعتبار أن العناوين هنا إشارية مختصرة وليست عناوين دالة تفصيلية على أساس أن مستخدم الصحيفة الإلكترونية يستعمل

المعلومـات المتـوافرة عليهـا بـشكل هـادف... وبـشكل يخـضع لتفـسيرات مـدخل الطلـب عـلى المعلومات.

فالتعامل مع النص الإلكتروني يقتـضى أن يعـرف المـستخدم، أيـن يبحـث عـن المعلومـات التـى يريدها فى ضوء أجندة إهتماماته المبدئية والأصلية، ولكن عندما يتعامل مع نص مطبوع فقد ينتبـه إلى بعض المواد الصحفية، بسبب التميز التيبوغرافى لعناوينها أو بسبب موقعها على الصفحة أو لأن عنصراً تيبوغرافياً معيناً إسترعى إنتباهه. وينتفى هذا الأمر بدرجـة كبـيرة عنـد التعامـل مـع مـادة معلوماتية على صحيفة الكترونية، حيث يكون تعامله هادفاً شكل أساسى.

ولهذا السبب نجد أن القـارئ يـستطيع أن يتـذكر المعلومـات التـى تتـضمنها القـصص الخبريـة المنشورة بصحف الكترونية، أكثر من قدرته على تذكر هذه المعلومات نفسها، فى حالـة نـشرها عـلى صفحات صحيفة مطبوعة.

قواعد كتابة الخبر في الصحافة الإلكترونية

تتميز الكتابة للخبر في الصحافة الإلكترونية بمميزات عديدة تختلف عن غيرها من الكتابات الاخري، سواء الصحفية الورقية أو الاذاعية أو التليفزيونية، فهناك تشابه الي حد ما بين الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني، من ناحية والخبر الصحفي العادي والإلكتروني من ناحية أخري، ذلك أن الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن، وإستطاعت أن تؤسس تقاليدها وممارساتها الصحفية، وتطور لها أسلوبا مميزا عن أسلوب الجريدة، وحين ظهر التليفزيون إستفاد كثيرا من الفن الإذاعي، الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن. وهنا تستطيع القول أن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيرا على قواعد كتابه الاخبار الاذاعية مع الاخذ في الاعتبار وظيفة الصورة ومكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية.

وإذا كان التحرير الصحفي يعرف بأنه العملية التي تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية، وتتم بشكل يدوي بإستخدام الورقة والقلم، فإن التحرير الإلكتروني هو التحرير الذي يتم على إحدى شاشات الكمبيوتر، حيث يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب، وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة على الملفات جهاز الكمبيوتر أو جهاز اللاب توب المحمول.

وفي حالة غياب المحرر في إجراء أي تعديلات على المادة الصحفية، فمن الممكن أن يقوم بذلك بسهولة ويسر، من خلال إستخدام لوحة المفاتيح الملحقة بشاشة العرض المرئي، بالتالي، **فان عملية التحرير هنا تعني القيام بواحد أو أكثر من الإجراءات التالية:**

- إضافة معلومات جديدة على المادة الموجودة بالملف.
- حذف بعض المعلومات الموجودة بالملف.
- نقل بعض المعلومات من مكان لآخر بالملف.

أما المفهوم الأكثر تركيباً للتحرير الإلكتروني، فإن المسالة فيه تتجاوز الجانب المتعلق بالمحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعاً صحفياً، بالاستعانة بأداة التكنولوجيا إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل، وفي هذه الحالة تعتمد

عملية التحرير الإلكتروني على نظام الشبكة المحلية التي تربط كافة العناصر العملية الإنتاجية داخل الصحفية.

كما أن التحرير الإلكتروني يحتاج إلى وضع معايير سيكولوجية، وفنية، وتقنية خاصة يجب أن يفهمها ويستخدمها الكاتب في إعداد ونصوص يكون لها أعظم تأثير في الوسيلة حديثة، ويتطلب من الكاتب أن يكون ماهراً في التعامل مع البيئة الاتصال الذي تتنوع عناصره ومفرداته بشكل كبير، وماهراً أيضا في ربط هذه العناصر والجمع بينهما لتكوين شكل جديد لمادة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي التكنولوجي، وعليه فإن التحرير الإلكتروني " أو الكتابة الرقمية " يختلف عن الكتابة الورقية، من حيث التأثير على القارئ، وتغير طريقة إستقبال النصوص، وطريقة التدوين، وثبات، حركية النصوص، والخطوط، وتشعبها، وتشجيرها، أو تفاعلها مع النصوص أخري موازية أو مجانسة، وسوف نعرض ذلك بالتفصيل تباعا.

ويفرق المختصون بين "كتابة الخبر" وبين التحرير للخبر حيث هناك فروق بين فن كتابة الخبر وبين فن تحرير الخبر كما يلي:

- إن فعل الكتابة تختلف عن فعل التحرير.. فالأول يتعلق بإختيار الكلمات وصياغة الجمل والفقرات التي تروي الحدث. أما الثاني وهو التحرير الخبر، فتعلق بترتيب الجمل وفقرات الخبر أو ترتيب الوقائع والمعلومات التي يتضمنها وفقاً لأعتبارات كثيرة.

- الكتابة تسبق عملية التحرير، إذ من المنطقي أن يكتب الخبر أولاً، ثم ترتب جملة الفقرات بعد ذلك في ضوء أهمية كل منها. كما أن الصحفي الذي يكتب الخبر ليس بالضرورة هو من يحرر. فالخبر يكتبه في المقام الأول من جمعه أو من حصل عليه (أي المخبر الصحفي)، أما من يحرره فغالباً ما يكون المحرر المقيم في الصحيفة وصاحب الخبرة الأطول في التعامل مع الأخبار وهو ما يطلق عليه محرر الديسك أو الديسك مان أو مسئول المطبخ الصحفي.

ويوجه الإعلامي والباحث الامريكي "فانك" نصيحة لمحرري الخبر الاذاعي والتلفزيوني فيقول: إذا لم تكن هناك حاجة لكلمة معينة أحذفها.. وإذا لم تضف الجملة في توصيل المعلومة شيئا أحذفها، الحشو ما هو إلا إعادة للتفكير لا تحاول أن تكتب كل شيء متوفر عن شخص أو حدث او فكرة انك لا تستطيع ذلك، وإذا استطعت فمن يرغب في سماع ذلك.

بهذه الكلمات تلخص فانك القاعدة الأساسية في التحرير وهي الإيجاز وحسن الاختيار ومراعاة رغبة الجمهور وطبيعته.

فالمحرر الناجح هو الذي يهذب ويشذب النص الإخباري ليبقى على ما هو ممتع ومهم فتحرير الخبر الإلكتروني يبدأ باختصار المعلومات ثم الكلمات والعبارات وهذه عملية اسلوبية تحتاج من المحرر الى مهارة لغوية عالية وذوق فني وحس صحفي بطبائع جمهور الاخبار.

مراحل إعداد المادة الإلكترونية على شبكة الانترنت

ويمر إعداد المادة الصحفية على شبكة الانترنت بعـدة مراحـل رئيـسية إلا أنـه في حالـة الكتابـة الإلكترونية على شبكة الانترنت تظهر عناصر جديدة ترتبط بطبيعة وسمات الكتابة الإلكترونية عـلى شبكة الانترنت نفسها **وسوف تظهر هذه العناصر عند عرض كل مرحلة:**

1. التخطيط Planning The Story

تتضمن مرحلة التخطيط:

تحديد المحاور الأساسية للمادة واختيار العناصر الأساسية التي سوف تتضمنها.

وتعتمد المواقع الإعلامية الإلكترونية على شـبكة الانترنـت الكـبرى في هـذه المرحلـة عـلى فريـق متكامل يتكون من الكاتب والمحرر وفريق فنـي يـضم متخـصص والوسـائط المتعـددة Multimedia Specialist.

- الكاتب:

وهو المسئول عن وضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع أو القصة

- متخصص في الوسائط المتعددة:

يرى إمكانية وشكل استخدام الوسائط المتعددة في عرض الموضوع مع المصمم.

- المحرر الإلكتروني

هو يبحث في كيفية بناء قالب الكتابة الإلكترونية على شبكة الانترنت نفسه وأهم مـا فيـه مـن حيث استخدام الوصـلات لـربط محـاور الموضـوع ببعـضها ولربطهـا بـالمواقع الخارجيـة أو مـصادر المعلومات المختلفة إذا تطلب الأمر ولذا فهو يقوم بالبحث أيضا في الإنترنـت لـيرى مـا يمكـن ربطـه وإضافته للموضوع.

وتوجد اعتبارات أساسية يجب التفكير فيها في هذه المرحلة:

- هل يجب ربط خلفية القصة بمواقع أو مصادر معلومات خارجية؟

- هل يجب تقديم خلفية القصة أو ما يرتبط بها في صورة جدول يوضح التطور الزمني للأحداث أو استخدام شكل آخر من العناصر الجرافيكية بديلا عن المادة النصية؟

- هل يجب الاستعانة بمواد ووسائط إعلامية متعددة؟

- هل تتضمن القصة أسئلة النقاش أو غيرها من ملامح التفاعلية التي يشترك فيها المستخدم؟

- ما طبيعة العناصر الإيضاحية التي يمكن إضافتها للقصة " خرائط، صور، ...الخ

- من يبدأ عمله في مرحلة التخطيط أولا " المحرر الفوري، المصمم، أم المتخصص في الوسائط المتعددة "؟

2. جمع المعلومات Gathering Information

جمع المعلومات يجب أن يراعي 3 مستويات أساسية في تقديم المادة الإلكترونية على شبكة الانترنت:

- **مستوى سطحي:** "الإيجاز والاختيار والتكثيف".

- **مستوى متعمق:** "التفاصيل والخلفيات ووجهات النظر المختلفة".

- **مستوى التحديث:** "جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولا بأول".

ويتم في المستوى السابق ووفقاً للمعلومات التي يتم جمعها التخطيط للخطوة التالية في معالجة الموضوع.

3. تنظيم المعلومات Organizing Information

مع تنوع وتعدد العناصر الممكنة في بعض المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت تتزايد أهمية تخطيط وتنظيم التغطية الإلكترونية على شبكة الانترنت عنها في المطبوعة ذلك أن تقديم المادة يمكن أن يصاحبه استخدام الوسائط المتعددة، واستخدام الخلفيات حيث يمكن للمستخدم الرجوع بنفسه للمواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية، كذلك ترتيب جانب الحوارات والمناقشات العامة حول الموضوع.

ولذا تأتي أهمية تنظيم محتويات الموقع المتعددة بشكل بسيط وواضح يسهل للمستخدم الاستفادة منها دون إرباكه.

وهو ما يتم تنفيذه في هذه المرحلة التي يطلق عليها أيضاً مرحلة بناء هيكل الموضوع الصحفي أو Story Structure وهي مرحلة هامة جداً في العمل الصحفي بصفة عامة.

ويتعين على المحررين فيها التعامل مع ثلاث عوامل رئيسية في بناء وتنظيم موضوعاتهم:

أ- تحديد العناصر الأساسية داخل القصة والتي تأتي على درجة كبيرة من الأهمية للقراء.

ب- بناء القصة بشكل ينقل ويبرز هذه العناصر بأكبر فاعلية ممكنة.

ج- عرض القصة بأسلوب يستفيد من إمكانيات الوسيلة بأقصى شكل ممكن يضمن جذب اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء ولأطول فترة ممكنة. لأنها بيئة جديدة تختلف تماماً عن بيئة الاتصال التقليدية.

وفي الوسيلة الإلكترونية على شبكة الانترنت يتم تنظيم وتحديد العلاقات بين وحدات هيكل المعلومات في شكل قالب غير خطي يناسب طبيعة المادة الإلكترونية على شبكة الانترنت. مثلا: كتابة المادة في شكل وحدات أو كتل ترتبط بصفحات ومواقع خارجية من خلال الوصلات أم كتابة المادة ككتلة واحدة طولية تمتد على شاشة واحدة مع وجود أو عدم وجود وصلات داخلية.

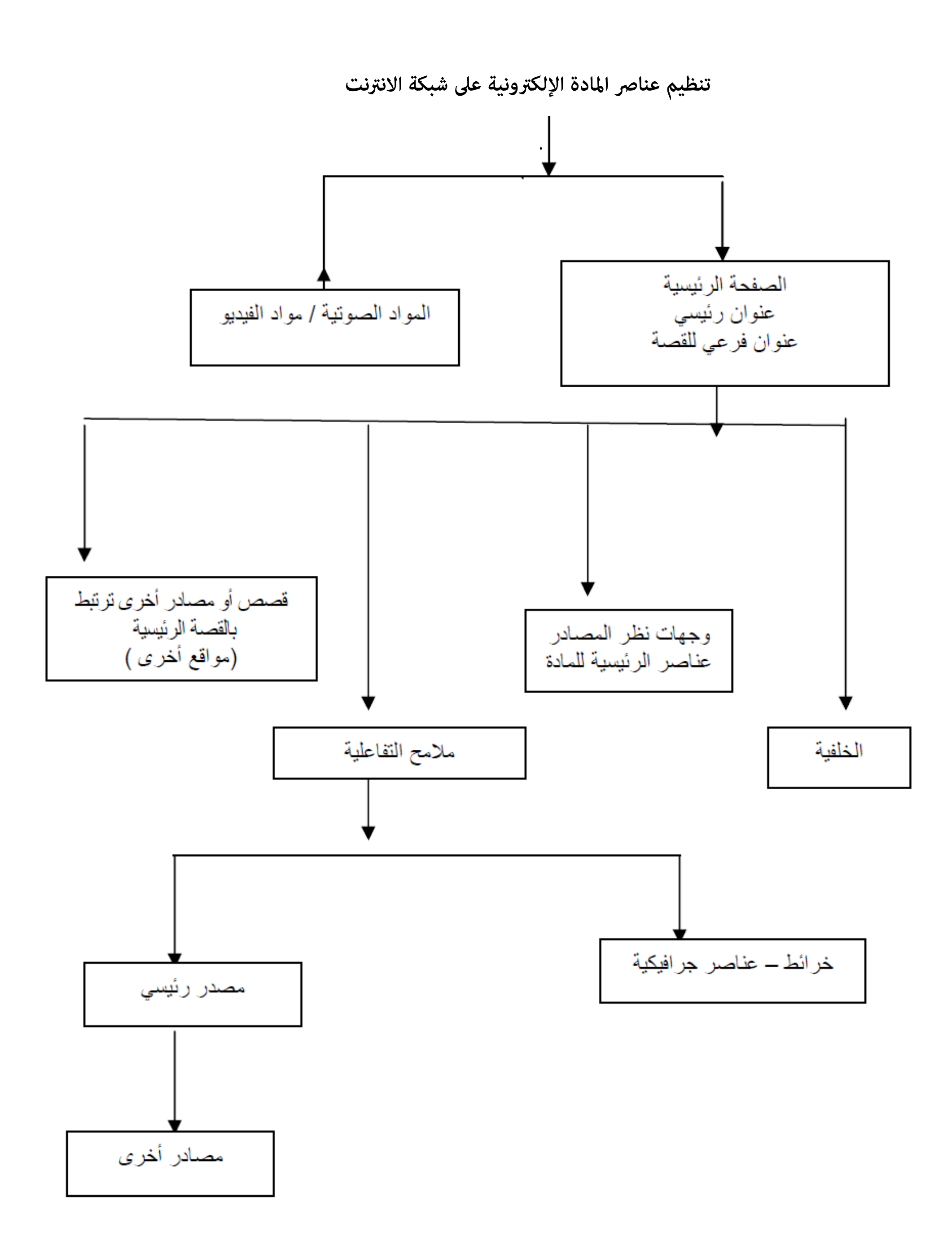
وأهم ما يميز هذه المرحلة ويعد وثيق الصلة بطبيعة المادة الإلكترونية على شبكة الانترنت وتعد هذه الخطوة رئيسية وهامة جدا في الكتابة الإلكترونية.

وهو عبارة عن إعداد مخطط أو رسم يوضح تنظيم المادة ككل وأيضا وحداتها والعلاقات بينها. وفي هذا المخطط يتم وضع كل وحدة من القصة في مربع داخل المخطط، متضمنة الوسائط المتعددة الموجودة في هذه الوحدة.

ومفهوم تمت استعاراته من صناعة الأفلام أو أفلام الكارتون تحديدا حيث يتم تحديد كل حركة أو جزء أو وحدة في الكارتون وتمثيلها بصندوق مستقل داخل المخطط التوضيحي الشامل مما يساعد على توضيح العلاقة والتتابع بين الوحدات المختلفة.

وعليه يتم إعداد المحور الخاص بالمواقع الخارجية المختارة لتدعيم خلفية الموضـوع، وغـير ذلـك من المحاور والعناصر الأساسية في بناء أجزاء المادة داخل المخطـط التنظيمـي أو الرسـم التوضـيحي الشامل لها.

تنظيم عناصر المادة الإلكترونية على شبكة الانترنت



وتمثل طريقة الصياغة بصفة عامة في الأشكال الشائعة التالية:

- قالب القص السردي ويجسد الترتيب التصاعدي في عرض المعلومات حسب أهميتها.

- وقالب الهرم المقلوب والذي يعد الأمثل لكتابة الأخبار، فهو يتخلى عن الجمل الطويلة ذات الارتباطات والإحالات، ويعتمد في المقابل على الجمل القصيرة وترتيب الفقرات تنازلياً من الأهم فالمهم.

أشكال المادة الاخبارية على الانترنت (الصحافة الإلكترونية):

إن أبسط أساليب تقديم الموضوعات على الإنترنت توصف بأنها "مطبوعة مع إضافات". وهي عبارة عن نص مكتوب عن الموضوع يتضمن عناصر إضافية مثل الصور الفوتوغرافية، والمقاطع الصوتية أو المصورة بالفيديو، أو الإشارة إلى مواقع إلكترونية أخرى يمكن الحصول منها على معلومات إضافية.

وبتضمينه للمواقع الإلكترونية الإضافية يستطيع الصحفي الذي يمارس المهنة على الإنترنت أن يأخذ قارئ الموضوع إلى مواقع وصفحات إلكترونية أخرى منفصلة تتضمن معلومات إضافية، وقد تكون بعض تلك المواقع ليست لها علاقة بالمؤسسة الإخبارية التي يعمل فيها، وتكون فيها معلومات أساسية أو تاريخية إضافية.

مهمة محرر الخبر الإلكتروني:

ويمكن إجمال مهمة محرر الخبر الإلكتروني بالنقاط الأساسية الآتية:

1. التحقق من المعلومات.
2. معرفة القانون.
3. التحرير من اجل المستمع والمشاهد.
4. التأكد من عدم الانحياز.
5. إدراك دور المذيع ومتطلباته.
6. فهم المرئيات.

إن هذه النقاط مجتمعه تعمل على خلق صورة لهيكل الخبر الإلكتروني في ذهن المحرر الذي إمتلك بجدارة أدوات صنعته. لذلك فلابد من الإشارة الى أن الخبر الذي يصل القاريء، والمستمع والمشاهد، يشبه أية بضاعة أخرى وصلت الى السوق أو أيدي الزبائن، بعد أن مرت بمراحل تصنيع مختلفة. فبعد أن يصل الى مكاتب التحرير وأقسام الاخبار، يخضع الى عملية مراجعة دقيقة وتتجاذبه أقلام مختلفة بالتعديل والاضافة أو الحذف وإعادة الصياغة.

وعملية التحرير الدقيقة التي يخضع لها الخبر تشبه العملية الجراحية التي تستأصل الاورام، وترمم الجرح حتى يستقيم الجسم ويصبح سليما قادرا على الفعل، وهذه العملية التحريرية ضرورية بسبب عامل السرعة الحاسم الذي تتسم به التغطية الاخبارية التي تحكمها المفاجأة وتحديد الوقت والتنافس على السبق الصحفي.

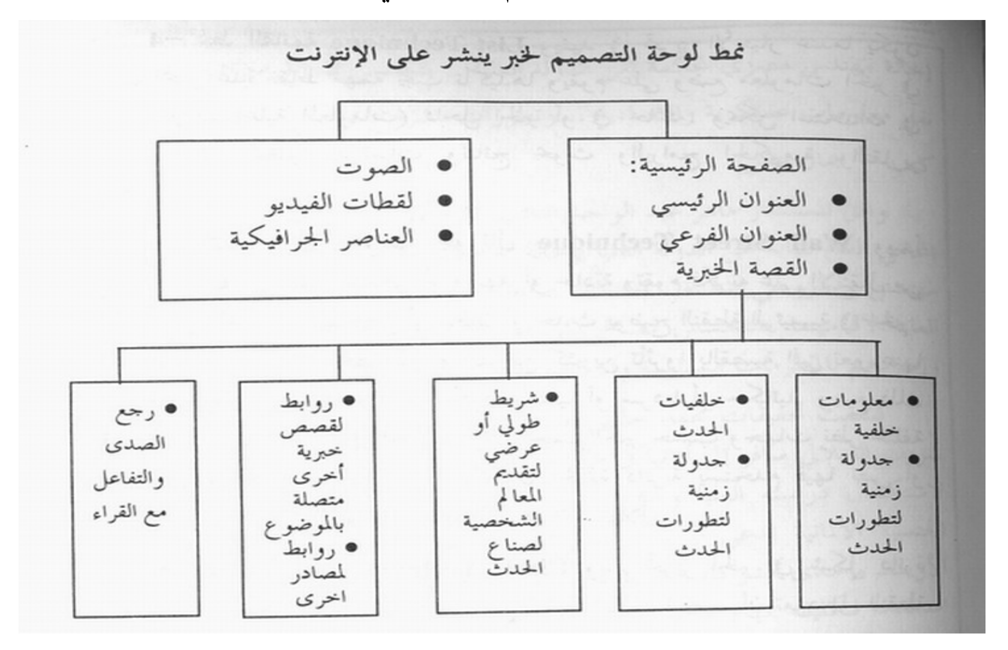
الأشكال الفنية للخبر في الصحافة الإلكترونية

تنوع الأشكال الفنية للخبر الصحفي الإلكتروني، حيث أن الاشـكال الفنيـة للخـبر الـصحفي هـي المواد الصحفية، التي تقدم تقارير حالية، عـن أحـداث، تهـم قطاعـات عريـضة، مـن جمهـور قـراء الجريدة، لأسباب عديدة ومتنوعة، من وجهة نظر رئيس التحرير، أو المحـرر المـسئول عـن الأخبـار. وهي منتج إعلامي يعكس، بشكل واضح، المتغيرات الثقافية والاجتماعية، والسيكولوجية ومتغـيرات أخرى، في المجتمع، **وتتضمن تلك الأشكال الصحفية:**

1. الأخبار القصيرة السريعة

وهي تقارير آنية سريعة، عن الأحـداث المفاجئـة، تحتـوي عـلى العنـاصر الأساسـية للحـدث، في تركيز واقتضاب، ولا تقدم الإجابة الشافية، عن كل الجوانب، وعادة مـا تنـشرها الـصحف، في صـدر صفحاتها الأولى، كنوع من إبراز متابعتها المستمرة، لتطورات الأخبار الراهنة.

شكل للوحة التصميم لخبر ينشر علي الانترنت



2. القصص الإخبارية

وهي التقارير الآنية السريعة عن الأحداث المهمة، وتتضمن التفاصيل، والجوانب، التي يلخصها خبراء الصحافة، في الإجابة على الأسئلة الستة الآتية: من؟ متى؟ ماذا؟ كيف؟ لماذا؟ وأين؟ ولا تترك جانباً لخبر، لا تجيب عنه، حيث يتوافر لها وقت، أطول نسبياً، من وقت تغطية الأخبار الصغيرة السريعة.

3. التقارير الإخبارية

التقرير الإخباري، هو شكل صحفي يقع، في مرحلة وسطى، بين الخبر السريع القصير، والتحقيق الصحفي (الاستقصاء)، ويقوم على عرض الوقائع، مع خلفياتها، وتفصيلاتها، وهو الشكل الصحفي الرئيسي، في المجلات الإخبارية العالمية، وهو

القالب المناسب للتغطية التفسيرية، ويسمى، في بعض الأحيان، "تقرير معلومات"، وأحياناً "تقرير موضوعي"، وأحياناً، إذا زادت فيه جرعة الرأي، يسمى "تحليل إخباري"، أو "تفسير إخباري".

أجزاء الخبر في الصحافة الإلكترونية

الخبر الصحفي الإلكتروني يجب أن يحتوي على عدة أجزاء تكمل فهم الموضوع **من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:**

- **ماذا:** وهو أهم جزء من أجزاء الخبر يصف ما هو الحدث نفسه.

- **من:** وبهذا الجزء يتم تحديد الجهة أو الشخصيات القائمة على الحدث.

- **أين:** موقع الحدث أو المقر أو مكان الحدث.

- **متى:**عنصر الوقت مهم وتختلف أهمية عنصر الوقت عند الكتابة عن خبر سيحدث حيث أن الوقت مهم هنا أو عند كتابة تقرير عن حدث قد انتهى فاليوم هنا يكفي و لا حاجة لذكر تفاصيل كثيرة عن الوقت هنا.

- **لماذا:** الهدف والغرض من الفعالية أو الحدث يساعد في نقل الصورة الكاملة عن الموضوع، ويعد من أهم الاسئلة التي ينبغي الاجابة عليها.

- **كيف:** الكيفية مهمة للأحداث والحوادث التي تحتاج لبعض التفاصيل ككيفية وقوع حادث أو حدث ما ولا تكون جزء من الخبر في بعض الأخبار التي لا تحتوي على تفاصيل.

الشروط التي يجب توفيرها في الخبر الصحفي الإلكتروني:

1. يجب أن يكتب للانترنت بمعني أن يتضمن الوضوح،والدقة، والمباشرة.
2. يجب أن تكون جملة قصيرة ومكثفة.
3. يجب أن تكون على شكل فقرات.
4. يجب ألا يتجاوز أربع جمل بسيطة.
5. بشكل عام يجب أن يتوفر فيه: الصدق - الحالية - السرعة- الجدة - الدقة - الإثارة - الأهمية.

مميزات الخبر الإلكتروني:

هناك بعض المميزات في الخبر الإلكتروني:

أ. تعدد الوسائط المستخدمة في تقديمه، إذ يشمل الكلمة المطبوعة، والصور الثابتة والمتحركة ويمكن الاستماع إليه صوتياً.

ب. تعدد المصادر.

ت. التحديث المستمر على مدار الساعة.

ث. البحث داخل أخبار الموقع، أو في شبكة الويب.

ج. سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال خريطة الموقع.

ح. ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المتشابهة.

خ. إمكانية وصولها إلى البريد المستخدم فوراً.

التحولات التي أضفتها الصحافة الإلكترونية علي المحرر الصحفي والمطبوعة:

شكلت الصحافة الإلكترونية تحولاً جوهرياً فى مجامل وسائل الإعلام عند مقارنتها بالصحافة المطبوعة **وذلك على عدة مستويات وهي:**

1. المستوى الخاص بمنتج المادة الصحفية:

فالصحفى الذى يعمل فى إطار الصحيفة المطبوعة يتميز دورة بخصائص وقدرات ومهارات معينة، تختلف بشكل كبير عن الصحفى الذى يعمل فى مجال الصحيفة الإلكترونية والذى يجب أن يتمتع بمهارات تساعده على العمل فى المناخ الجديد الذى خلقته الصحافة الإلكترونية، فعلى سبيل المثال لابد أن يتمتع الصحفى بقدرة ومهارة فى التعامل مع الحاسبات الآلية التى تعتبر الأداة الرئيسية فى إنتاج المادة الصحفية ونقلها إلى جمهور القراء.

2. المستوى الخاص بمواد إنتاج الصحيفة:

فقد كانت الأدوات التى تستخدم فى انتاج الصحف المطبوعة تتمثل بشكل أساسى فى الأوراق والأفلام سواء كان الأمر متعلقاً بتحريرها أو متعلقاً بإخراجها، ويختلف الوضع فى إطار الصحافة الإلكترونية حيث تصبح برامج الحاسب هو أساس الإنتاج التحريرى والإخراجى للصحيفة.

3. المستوى الخاص بمفهوم الصحيفة:

فإذا كان الثبات هو السمة للصحيفة المطبوعة: الثبات فى اسم الصحيفة وتبويبها ودورية صدورها، إن الوضح يختلف فى الصحيفة الإلكترونية حيث تتميز كافة هذه الأمور فيها بالتغير المستمر، فقد تخضع الصحيفة الإلكترونية لتغيرات يومية فى الشكل والمضمون، كما أنه يمكنها الصدور فى أى وقت.

وتتميز المعلومات الموجودة عليها أيضاً بالتغير المستمر على عكس الصحافة المطبوعة، فمن الممكن أن يحصل القارئ على معلومات جديدة فى أى وقت يقوم باستخدام الصحيفة فيه، على عكس الصحيفة المطبوعة التى تلزمه دائماً بالانتظار من أجل الحصول على الجديد من المعلومات فيها من خلال الإصداره الجديدة للصحيفة.

4. المستوى الخاص بأسلوب نقل واستقبال المعلومات:

فالمعلومات الصحفية فى الصحيفة المطبوعة يتم نقلها من خلال أدوات طباعية ورقية حين يتم الانتهاء من طباعة المادة الصحيفة، ثم يتولى جهاز التوزيع فى المرحلة التالية القيام بمهمة الوصول بالصحيفة إلى القراء فى حيز محلى معين. ويختلف الأمر فى الصحيفة الإلكترونية، فالمادة الصحيفة يتم نقلها من خلال شبكات التليفونات عبر شبكات الحاسب داخل المؤسسة الصحفية وخارجها، ليتم استقبالها من جانب القاريء على شاشة حاسب أو شاشة تليفزيونية.

5. المستوى الخاص بالقارئ:

فالقارئ الذى لا يجيد القراءة والكتابة يستطيع أن يتعامل مع الصحيفة الإلكترونية على عكس الوضع فى الصحافة المطبوعة حيث يمكن أن يتولى جهاز الحاسب الخاص به والذى يستقبل من خلاله المادة المعلوماتية أن يقرأ له هذه المادة، كما يمكن للصحافة الإلكترونية أن توزع مادتها الإلكترونية فى كافة الأماكن وداخل كافة الدول وذلك من خلال الشبكة الدولية للمعلومات "إنترنت" وبذلك تستطيع أن تصل إلى عدد من القراء أضعاف ما كانت تصل إليه الصحف المطبوعة.

وبذلك تكون الصحيفة الإلكترونية قد اقتربت من وسائل الإعلام القادرة على الوصول إلى القارئ فى أى وقت وأى مكان دون وجود أية عوائق متعلقة باللغة أو المكان، وبذا تكون قد استطاعت أن تحل إحدى المشكلات التاريخية التى عانت منها الصحافة المطبوعة منذ نشأتها.

مراجع الفصل الثالث

1- فتحي حسين عامر: "**الخبر الصحفي الإلكتروني**" مرجع سابق.

2- عبير ياسين: **"الصحافة الإلكترونية"** تاريخ 24- 4- 2015 - الاهرام الرقمي.

3- رضا عبد الواجد أمين: **"الصحافة الإلكترونية"** دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، القاهرة، ص93.

4- عبد الأمير الفيصل: **"الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي"** دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ص79.

5 - ماجد تربان: **"الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية"** الدار المصرية اللبنانية، 2008، القاهرة، ص117 - 118.

6- محمد عبدالحميد: **"الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت"** عالم الكتب، 2007، القاهرة، ص 151 - 153.

7- سمير محمود: "الحاسوب الالي وتكنولوجيا صناعة الصحف" مرجع سابق ص 30.

8- حسنى نصر، سناء عبد الرحمن: **"التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي"** مرجع سابق.

9- شريف درويش اللبان: **"تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة"** 2001، الدار المصريَّة اللبنانيَّة للنشر، القاهرة.

10- نسرين حسونة: **"أنواع الصحف الاكترونية"** (د.ن، 2014).

11 -http://www.alukah.net/culture/0/69665/#ixzz4JDBvdJuc

12- محمود خليل: "**الاتجاهات الحديثة فى استخدامات الحاسب الآلى فى التحرير الصحفى**" مرجع سابق.

13- شريف كامل شاهين: "**مصادر المعلومات الإلكترونية فى المكتبات ومراكز المعلومات**" مرجع سابق 48.

14- صلاح الوالي: "**الصحافة الإلكترونية: دراسة مقدمة لمعهد دراسات التنمية القاهرة**" يوليو 20، 2010.

15- عبد المالك الدناني: "**الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت**" ط 1 (بيروت، دار الراتب الجامعية، 2001م)ص 102-103.

16- كارول ريتش: "**كتابة الأخبار والتقارير الصحفية**" ط1، ترجمة عبد الستار جواد (العين، دار الكتاب الجامعي، 2002) ص 406.

الفصل الرابع

تأثير الصحافة الإلكترونية

قراء او جمهور الصحافة الإلكترونية هـم شريحـة الافـراد المتعلمـون الـذين يجيـدون اسـتخدام الحاسبات الالية والكتابة والتصفح عبر الانترنت وهؤلاء لا يتركـزون في مكـان محـدد داخـل الدولـة الواحدة بل يتواجدون عـلي مـستوي العـالم كلـه وحـول دور الـصحافة الإلكترونيـة وتأثيراتهـا عـلي الجمهور المتلقي والمستخدم للانترنت وتكنولوجيا الاتصال التفـاعلي والـصحافة الإلكترونيـة نجـد ان هناك العديد من الدراسات الاجنبية والعربية التي تصدت لهذا الامر.. أما بالنسبة للدراسـات التـى الصحافة الإلكترونية، فعلى مستوى الدراسات الأجنبية نلاحظ تعدد مداخلها وتنوع أبعادها إلا أنها تمركزت حول دراسة المضمون والقائم بالاتصال والجمهور وعلاقات التأثير المتبادل بين وسائل الإعلام التقليدية ووسـائل الإعـلام الإلكترونيـة إضـافة إلى تحليـل شـبكة الإنترنـت كوسـيلة اتـصال جديـدة واستخداماتها بين فئات متعددة من الجماهير، أمـا عـلى مـستوى الدراسـات الغربيـة فـنلاحظ قلـة بحوث الإنترنت العربية بوجه عام، وبحوث الصحافة الإلكترونية بوجه خاص، كما أن علاقـة النخـب بوسائل الإعلام لم تحظ بنصيب واف من الدراسات العربية وخـصوصاً فـيما يتعلـق بعلاقـة النخـب المصرية بالصحافة الإلكترونية والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات وهو مـا تركـز عليـه هذه الدراسة.

ففي دراسة (مرفت الطرابيشي): بعنوان العلاقة بين التعرض للصحف الإلكترونية ووعي الصفوة النسائية المصرية للقضايا البيئية:

دراسة ميدانية (2001) وقد استهدفت الدراسة رصد وتحليل العلاقة المتبادلة بين درجة تعـرض الصفوة النسائية المصرية للصحف الإلكترونية، وبين درجة الآثار المترتبة على وعيهن بالقضايا البيئية المنشورة في هذه الصحف، وقد استخدمت الباحثة عينـة عمديـة قوامهـا 50 مفـردة مـن جمهـور الصفوة النسائية، **وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:**

1. تعد الصفوة النسائية القيادية والإعلامية والأكاديمية التطبيقية أكثر فئات الـصفوة النـسائية انتظاماً في التعرض للصحف الإلكترونية.

2. تحرص الـصفوة النـسائية عـلى متابعـة الـصحف الإلكترونيـة الأجنبيـة في المقـام الأول تليهـا الصحف المصرية، ثم الصحف العربية، كما يزيد اعتماد الصفوة النسائية القيادية البيئية والأكاديمية التطبيقية على الصحف الأجنبية مقابـل تفـضيل الـصفوة الـسياسية والحزبيـة والإعلاميـة للـصحف المصرية، والصفوة الاجتماعية للصحف المصرية والأجنبية.

3. ترتبط دوافع تعـرض الـصفوة النـسائية للـصحف الإلكترونيـة بـدافع مراقبـة البيئـة، وسرعـة الحـصول عـل المعلومـات وشـمولية وعمـق معالجـة الأحـداث، ولدقـة البيانـات، ولمـساعدتهن في أعمالهن.

وهنـاك دراسـة (مـوللر وكـاميرير kamerer and Mellller): بعنـوان "تفـضيلات قـراء الـصحف الإلكترونية" (1995):

والتي أجريت الدراسـة عـلى عينـة تـضم 62 طالبـاً جامعيـاً لقيـاس اتجاهـاتهم نحـو الـصحف الإلكترونية وتفضيلاتهم لمضامينها، ومدى رضاهم عن مستوى أدائهـا، واسـتخدمت الدراسـة أربعـة مقاييس لاستخدام التكنولوجيا والكمبيوتر والمشاركة الإعلاميـة والتعـرض للأخبـار، بجانـب مقيـاس ليكرت من 20 بنداً لقياس مدى الرضا عن الصحف الإلكترونية. **وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:**

1. أن الـصحيفة الإلكترونيـة أكـثر جـدوى وتـدفقاً وانـسياباً وأسـهل فى القـراءة مـن الـصحيفة المطبوعة، إلا أن الصحيفة الإلكترونية ليست بديلاً للصحيفة المطبوعـة التـى تلبـى احتياجـات أكـثر كمقالات الرأى والأعمدة والأبواب الثابتة وأخبار الدولة والمحليات.

2. أن الصحف الإلكترونية أكثر تفصيلاً فيما يتعلق بالمعلومات الدولية فى حين تبين أن الـصحف المطبوعة أكثر تفضيلاً فى المعلومات المحلية.

3. فيما يتعلق بتفضيلات قـراء الـصحف الإلكترونيـة، جـاءت الأخبـار المثـيرة فى المقدمـة، تليهـا الأخبار الدولية، ثم الأخبار الموجزة والقصيرة، الرسوم والأخبار القومية، والفنـون، الطقـس، الأسـواق وأخبار رجال الأعمال، بريد القراء وأخبار التغذية، الحظ، وأخيراً أخبار الرياضة.

وهناك دراسة (كروت) بعنوان: "لماذا يستخدم الناس شبكة الإنترنت" 1996):

وهدفت الدراسة إلى التعرف عـلى الأسـباب التـى جعلـت النـاس يـستخدمون شـبكة الإنترنـت كوسيلة اتصال وأجريـت الدراسـة عـلى عينـة قوامهـا 2493 مـن مـستخدمى الإنترنـت فى الولايـات المتحدة الأمريكية تتراوح أعمارهـم بـين 18 سـنة فـأكثر مـن الـذين أنهـوا المرحلـة الجامعيـة، **وقـد توصلت الدراسة إلى:**

- أن 85% من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت منذ ثلاث سنوات، وكان الهـدف مـن اسـتخدام الإنترنت الترفيه، ثم الحصول على المعلومات، ثم الأخبار، الطقس، وجـاءت المحادثـات ومجموعـات الأخبار فى الترتيب الأخير.

وهناك دراسة لهاربر: بعنوان " الصحافة الإلكترونية والانطلاق إلي مكان ما أو إلي اللامكان"عـام 1996:

واسـتهدفت الدراسـة التعـرف عـلى تطـور الـصحف الإلكترونيـة الأمريكيـة واقتـصادياتها، واستراتيجيتها، وكوادرها الصحفية، وكمية المعلومات المـستقاة مـن الـصحف المطبوعـة، مـن خـلال عينة تضم 40 صحيفة إلكترونية في 26 ولاية أمريكية. **وقد توصلت هـذه الدراسـة إلي عـدة نتـائج أهمها:**

- أن معظم الصحف الأمريكية بدأت التحول إلى صحف إلكترونية خلال عـامي 1995/94 حتـي وصـل عـدد الـصحف اليوميـة في 18مـارس 1996 إلي 124 صـحيفة في 45 ولايـة. وأن الـصحف الإلكترونية تقـدم البـديل الاقتـصادي للـصحف المطبوعـة ذات التكلفـة العاليـة في الإنتـاج والطبـع والتوزيع.

وهناك دراسة جان سينجر: بعنوان "اتجاهات الـصحفيين نحـو الـصحف الإلكترونيـة ومـستقبل الأداء الصحفي (1997)":

وأجريت الدراسة علي 27 مديرى تحرير ومحررى الصحف الأمريكية اليومية لقياس اتجاهـاتهم نحو التطور التكنولوجي في الصحافة، ومدي تأثير هذا التطور علي أدوارهم وقيمهم ومهارتهم. **وقـد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها:**

1. أن رؤية الصحفيين لدورهم لا يقتصر عـلى مجـرد جمـع المعلومـات ونقلهـا، بـل يتعـداه إلى صياغة الوجدان والأفكار وصنع التغيـير في المجتمـع، ومـن ثـم تتأكـد الحاجـة إلي صـحافة جديـدة ومبدعة تعتمد علي مزيد من المصداقية والشفافية والدور التفسيرى والتحليلي.

2. أما بالنسبة لتأثير التكنولوجيا الجديدة علي دور الصحفي وقيمة ومهاراته أثبـت الدراسـة أن التكنولوجيا الجديدة مجرد أداة مساعدة وأن الاعتماد عليها لن يضعف مهـارات الـصحفي، وبوجـه عام فإنها قد تعدل من وضع مهنة الصحفي ولكن لن تغيرها بشكل جوهري.

وقد توصلت دراسة جيمس كاري: 1998 "حول فعالية الاتصال من خلال الانترنت" الى:

- أن للإنترنت تأثيرات كبيرة في مجال التغير الاجتماعي والسياسي والمعرفي نظراً لما تتيحه تكنولوجيا الإنترنت من المزج بين عناصر التوقيت والفضاء (المكان) وحيث تمتزج الهويات الاجتماعية والكيانات الإنسانية معاً لتقدم أنماط ثقافية واجتماعية وسياسية جديدة.

كما توصلت دراسة (توماس جونسون وآخرين): حول "المقارنة بين تأثيرات الإنترنت ووسائل الإعلام التقليدية فى الانتخابات الرئاسية لعام 1996" (1999) إلى:

أن وسائل الإعلام غير التقليدية من خلال الإنترنت تتميز بتأثيرها الكبيرة علي تشكيل الصورة الذهنية للمرشحين للانتخابات مقارنة بباقى وسائل الإعلام الأخرى التقليدية، وفيما يتعلق بتأثير الإنترنت على المعرفة والوعي السياسي فمن المتوقع أن يكون لتكنولوجيا الإنترنت أثر فعال في زيادة الوعي السياسي لدى الجمهور إلا أن ذلك مرتبط بمعدلات استخدام الجمهور له من ناحية، وطرق توظيف الإنترنت من قبل المرشحين لكي يصلوا من خلاله للمواطنين من ناحية أخرى، كما أثبت الدراسة أن الإنترنت وسيلة اتصالية فعالة في مجال الربط بين الناخبين والعملية السياسية.

كما توصلت دراسة (تانجيف شلتز) حول "علاقة مفهوم التفاعل بوسائل الإعلام ومواقع الدردشة الإلكترونية والبريد الإلكتروني" الي:

- أن الاتصال من خلال وسائل الإعلام التقليدية يفتقد عنصر التفاعل مقارنه بالإنترنت والذي يوفر مساحة عريضة من حرية النقاش وتبادل الرأى من خلال مواقع الدردشة والمواقع الحوارية التي تضم مجموعات متنوعة من الأفراد من مختلف أنحاء العالم مما يتيح للجمهور العريض إعداد "صحيفة إلكترونية عامة" مستقلة عن المؤسسات الإعلامية المهنية المعروفة.

كما توصلت دراسة (ستمبل وآخرون): حول "تـأثير اسـتخدام الإنترنـت عـلي اسـتخدام وسـائل الإعلام الأخرى" (2001) إلي:

- تعاظم تأثير استخدام الإنترنت علي اسـتخدام سـائر وسـائل الإعـلام الأخـرى خاصـة في مجـال استقاء الأخبار والمعلومات مقارنة بشبكات الراديـو وقنـوات التليفزيـون المحليـة، كـما تبـين وجـود تأثيرات واضحة من قبل مستخدمي الإنترنت في مجال اعتمادهم علي الصحف كمصادر للمعلومات والمعرفة حيث يتنقل الباحثون عن المعلومات من مستخدمي الإنترنت مـا بـين الإنترنـت والـصحف المطبوعة بحثاً عند مزيد من المعلومات والمعرفة حـول الموضـوعات التـي تـشير اهـتمامهم، وتؤكـد الدراسة أهمية الإنترنـت والـصحافة المطبوعـة كمـصادر أوليـة للمعرفـة والأخبـار مقارنـة بالأخبـار التليفزيونية خاصة المحلية ومحطات الراديو كما أكدت الدراسة علي الانخفاض الملحوظ في الاعتماد علي التلفزيون المحلي الراديو كمصادر أولية للمعرفة مقارنة بالإنترنت والصحافة المطبوعة.

واستهدفت دراسة (نجوي عبد السلام) "تجربة الـصحافة الإلكترونيـة المـصرية العربيـة: الواقـع وآفاق المستقبل" (1998):

التعرف على أساليب إعـداد مواقـع الـصحف المـصرية والخـدمات التـي تقـدمها هـذه المواقـع لمتـصفحيها والمـشكلات المتعلقـة بالاسـتخدام مـن خـلال التطبيـق عـلي جميـع الـصحف المـصرية الموجودة علي الإنترنت وهي موقع جريـدة الـشعب، موقـع مؤسـسة الأهـرام، موقـع مؤسـسة دار التحرير للطباعة والنشر، أيضا موقع جريـدة المراسـل الإلكـتروني التـي تعـد أول صـحيفة إلكترونيـة عربية لا تصدر عن صحيفة مطبوعة، كذلك بعض الصحف الإلكترونية العربية مثـل مواقـع صـحف الحياة والراية والبيان والجزيرة والوطن والأيام وذلك خـلال الفـترة مـن أول يونيـو 1998 حتـي 10 أغسطس 1998م. **وقد توصلت هذه الدراسة إلى:**

- أن بعض الصحف الإلكترونية المصرية والعربية الموجودة علي شبكة الإنترنت تنظر إليهـا عـلي أنها وسيلة لإعادة تقديم مضمون الصحيفة المطبوعة نفسه دون التفكير في التعامـل مـن الـنص بمـا يتيح استغلال إمكانيات الوسيلة الإلكترونية التي تنقله. **وقد انعكس هذا فيما يلي:**

1. عدم استخدام إمكانيات الوسائط المتعددة، فلم تحاول أي من الصحف الإلكترونيـة المـصرية أو العربية إضافة الصوت أو المشاهد الحية التي تعكـس الأحـداث الجاريـة لتـضيف بعـداً جديـداً للمادة التحريرية التي تقدمها.

2. عدم السعي إلى ربط مواقع الصحف الإلكترونية خاصة الشعب ودار التحرير بمواقع أخرى.

3. عدم استغلال الإمكانيات الإعلانية للصحف الإلكترونية خاصة الأهرام ويكلي والشعب

وأن مستقبل الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية يحتاج إلى إعداد كوادر صحفية قـادرة عـلي جمع الأخبار بمختلف الأدوات سواء بالقلم أو المـسجل أو الفيـديو بحيـث يختـار الـصحفي أنـسب الأدوات المعبرة عن الفكرة التي يريد تقديمها لقرائه.

وقالت الدراسة أن معظم الـصحفي الإلكترونيـة المـصرية والعربيـة تكتفـي بتحـديث نـسختها الإلكترونية بعد مضي حوالي 12 ساعة من صدور النسخة باستثناء (جريـدة الـشعب هـي الجريـدة الإلكترونية العربية الوحيدة التي تصدر النسخة الإلكترونيـة قبـل النـسخة المطبوعـة مـن الجريـدة بيوم) وهذا الأمر يجعل القارئ العربي يتجه إلى المواقع العالمية التي تقوم بتحديث مادتها كل عشر دقائق.

كما استهدفت دراسة (محمد سعد إبراهيم) "استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدي انعكاسها على الأداء الصحفي" (1999):

التعرف علي مواكبة الصحف المصرية للتطورات المضطردة في شبكة الإنترنت ومدي استيعابها للتقنيات الجديدة ومدى الاهتمام بتدريب الصحفيين على التعامل مع الإنترنت، ومدي تأثر الأداء الصحفي بالإنترنت كمصدر للمعلومات والاتصال، وقد أجريت الدراسة علي 12 جريدة ولمجلة لها مواقع إلكترونية علي شبكة الإنترنت مثل جريدة الجمهورية ـ مجلة السياسة الدولية ـ الشعب ـ المساء، وقد تم اختيار عينة الصحفيين من المسئولين عن المواقع الإلكترونية للصحف المصرية ومن الصحفيين المستخدمين للإنترنت عن طريق الاشتراك المنزلى. **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:**

1. محدودية عدد المواقع الصحفية المصرية علي الإنترنت، حيث لم تتجاوز نسبة الصحف التي أنشأت مواقع (10%) من إجمالي الإصدارات الصحفية المنتظمة في عام 1999.

2. أن عدد الصحفيين المصريين المستخدمين للإنترنت محدوداً وكان غالبيتهم يعملون في أقسام الشئون الخارجية والترجمة والتكنولوجيا.

3. محدودية مجالات استخدام الصحف للإنترنت، حيث اقتصرت على استخدامها كوسيط للنشر الصحفى ووسيلة اتصال مصدر للمعلومات والصور، فى حين غابت إمكانية الاستفادة من الخدمات التفاعلية والإعلانية والتسويقية.

وساعد استخدام الإنترنت، إلى حد ما، على توسيع دائرة القراء دولياً وإضافة مئات الآلاف من القراء، وفتح أسواق جديدة أمام الصحف محظورة التداول فى بعض الدول بالإضافة إلى تسريع عملية الإنتاج الصحفى وتحسين المنتج الصحفى وتوسيع دائرة المصادر الصحفية.

وتقدم الصحافة المصرية نموذجاً للعلاقة التكاملية بين الصحيفة المطبوعة والإلكترونية حيث لا تزال شبكة الإنترنت أداة مساعدة للصحيفة المطبوعة فى تحسين المنتج الصحفى والانتشار دولياً.

كما استهدفت دراسة (سامى طايع): "استخدام الإنترنت فى العالم العربى: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربى" (2000):

التعرف على استخدام الشباب العربى للإنترنت، وقد أجريت الدراسة على عينه من الشباب من خمسة بلدان عربية وهى (مصر – السعودية – الإمارات العربية المتحدة – الكويت – البحرين)، **وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:**

1. تعتبر الجرائد المصدر الأول للمعلومات عن الإنترنت ثم المجلات، الجامعة، الأسرة، وأخيراً التليفزيون والراديو.

2. إن استخدام الإنترنت أصبح شائعاً فى مقاهى الإنترنت وقد بدأ هذا النوع من المقاهى فى الانتشار مع زيادة عدد مستخدمى الإنترنت فى الدول العربية، وتهدف هذه المقاهى بشكل أساسى إلى إتاحة الفرصة للزوار لاستخدام الإنترنت مقابل مبلغ عن كل ساعة استخدام للإنترنت.

3. أما بالنسبة لفوائد الإنترنت كانت المعلومات هى أهم فائدة يحصل عليها أفراد العينة من الإنترنت، ثم الأخبار، ثم التسلية والترقية وقضاء وقف الفراغ، ثم الاتصال الداخلى والدولى، ثم التسويق.

كما هدفت دراسة (نوال الصفتى) "أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعى للقضايا السياسية العربية" (2001) إلى:

- التعرف على الآثار المترتبة عن التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعى للقضايا السياسية العربية، من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها 50 مفردة من الطلاب المتطوعين بكلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا لمعرفة دور تلك الصحف فى تقليص أو زيادة معرفتهم بتلك القضايا من عدمه.

- وأثبتت الدراسة أن 34% من الشباب الجامعى يتعرضون للصحف الإلكترونية بانتظام،22% لا يتعرضون بانتظام، واتضح أن الإناث أكثر تعرضاً للصحف الإلكترونية من الذكور وتمثلت الصحف الإلكترونية لديهم فى الصحف الأجنبية ثم المصرية وأخيراً العربية.

- كما تحتل المضامين السياسية المرتبة الأولى من حيث المضامين المفضلة فى الصحف الإلكترونية لدى الشباب الجامعى.

- وأثبتت الدراسة أن الصحف الورقية تعد أهم مصادر معلومات القضايا السياسية العربية لدى الشباب الجامعى إذ بلغت نسبة الاعتماد عليها 36.5% من جملة مصادر المعلومات السياسية.كما بلغت نسبة الاعتماد على الصحف الإلكترونية فى الحصول على القضايا السياسية العربية 13.8%. **وتوصلت الدراسة إلى:**

- عدم وجود فجوة معرفية بين الذين يتعرضون للصحف الورقية وبين مستوى المعرفة بالقضايا السياسية العربية لدى الشباب الجامعى، فى حين اتضح زيادة الفجوة المعرفية والادراكية لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية.

كما استهدفت دراسة (حنان جنيد): "تكنولوجيا الاتصال التفاعلى (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعى السياسى لدى طلاب الجامعات المصرية: "دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الخاصة المصرية" (2003)".

- معرفة العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التفاعلى من خلال الإنترنت بدرجة المشاركة السياسية والوعى السياسى المحلى العالمى بين طلاب الجامعة، والتعرف على استعانة طلاب الجامعة بمواقع الاتصال التفاعلى كمصدر من مصادر معرفتهم السياسية وتأثير ذلك على مصادر المعرفة السياسية الأخرى كالراديو والتليفزيون والصحف، وقد أجريت هذه الدراسة على قوامها 210 مفردة من طلاب الجامعات الخاصة فى مختلف التخصصات **وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:**

- ارتفاع تأثير استخدام طلاب الجامعات للإنترنت على استخدامهم للراديو والتليفزيون والصحف.

- وتمثلت الاشباعات المتحققة لطلاب الجامعات من استخدامهم للإنترنت فى التعرف على الأحداث العالمية فى الترتيب الأول، يلى ذلك الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والترفيه فى المرتبة الثانية، ثم التخلص من الملل والمساعدة على التخاطب مع الآخرين فى المرتبة الثالثة.

- أوضحت الدراسة أن من أهم أسباب الاعتماد على الإنترنت كمصدر رئيسى للمعلومات السياسية المحلية والعالمية هو إمكانية استدعاء المعلومات فى أي وقت من خلال الشبكة يلي ذلك المتابعة المستمرة والتحليلات المتعمقة للمعلومات المعروضة بها، الفورية فى نقل الأحداث.

- أكدت الدراسة تزايد أهمية الإنترنت كمصدر رئيسى للمعلومات السياسية لطلاب الجامعات بوجه عام، وللمعلومات السياسية العالمية بوجه خاص، حيث جاء الإنترنت فى المرتبة الثالثة بعد التليفزيون المحلى والصحف كأهم مصادر المعلومات السياسية المحلية، كما احتل المرتبة الثانية بعد القنوات الفضائية كأهم مصادر المعلومات السياسية العالمية.

واحتلت مواقع وكالات الأنباء المرتبة الأولى كأهم المواقع الأخبارية الإلكترونية التى يتعرض لها طلاب الجامعات يليها مواقع الصحف الدولية الأخبارية، فمواقع المحطات والقنوات التليفزيونية، فمواقع المحطات الإذاعية على الترتيب

كما تشير الاحصاءات الى ان قرّاء الصحف الإلكترونية في الغالب هم من الشباب، يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبرى منهم وان نصفهم يقرون بأن تصفحهم للصحف الإلكترونية يشكّل ركيزة يومية من حياتهم، ويعني ذلك أنهم راضون ومقبلون على الصحافة الإلكترونية، وتعود الأسباب إلى أنها متوافرة طوال اليوم، ولا تحتاج إلى دفع رسوم، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم لاحتواء الشبكة العنكبوتية 5 آلاف صحيفة إنترنتية تشمل بلدان العالم المختلفة

دخل التطور الهائل الذي لحِق بوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات في الفترة الأخيرة؛ ليغير خريطة المنافسة في عالم الصحافة التي بدأت تتحول إلى متغيرين مختلفين؛ هما: الصحف الورقية، والإلكترونية، بعد أن كانت هذه المنافسة تقتصر بين الورقية وبعضها فحسب، واكتسب هذا النوع الجديد من الصحافة أهمية بالغة منذ ظهوره أوائل التسعينيات من القرن الماضي، وتزايدت أهمية الصحافة الإلكترونية مع توالي الأعوام وانتشار الإنترنت، وتضاعُف أعداد مستخدميه، فأصبحت غالبية المؤسسات الصحفية على الصعيدين العالمي والعربي، تمتلك مواقع إلكترونية لمطبوعاتها الورقية، لكن الجديد هو ظهور نوع جديد من الصحف غير

التقليدية، وهو ما عُرف بـ"الصحف الإلكترونية "، والتي يقتصر إصدارها على النسخة الإلكترونية دون المطبوعة، كما يعود صدور أول نسخة إلكترونية في العالم إلى عام 1993م؛ حيث أطلقت صحيفة سان جوزيه ميركوري الأمريكية نسختها الإلكترونية، تلاها تدشين صحيفتي "ديلي تليجراف والتايمز" البريطانيتين لنُسختهما الإلكترونية عام 1994م، وعربيًّا أصدرت أول صحيفة عربية نسختها الإلكترونية منذ أكثر من ثلاثة عشر سنة وهي صحيفة الشرق الأوسط الصادرة من لندن، تزامن معها إصدار النسخة الإلكترونية لصحيفة النهار اللبنانية.

واستهدفت دراسة سامي طايع (1997): "حول استخدام شبكات المعلومات (الإنترنت) في الحملات الإعلامية" وهدفت الدراسة:

- التعرف على مدى استخدام بعض رجال الإعلام والشركات في كل من الدول الأوربية والولايات المتحدة الأمريكية للإنترنت كوسيلة اتصال وترويج.

أجرت الدراسة على عينة قوامها 500 مفردة من رجال الأعمال والشركات التي لها مواقع وعناوين معروفة على الإنترنت. **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:**

- أن النظرة إلى الإنترنت بشكل عام كانت على أساس أنها وسيلة اتصال فعالة أكثر من كونها أداة للبيع. كما أظهرت النتائج أن أكثر الجماهير التي تقوم الشركات بالاتصال بها من خلال الإنترنت هي وسائل الإعلام.

واستهدفت دراسة نجوى عبد السلام (1998): "محاولة التعرف على أنماط وأشكال ودوافع وأسباب استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، ومدى كثافة الاستخدام، وما تأثير المستوى التعليمي على كيفية الاستخدام، وهل توجد علاقة بين النوع وبين الاستخدام". **وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة من:**

1. أن استخدامات الشباب المصري لشبكة الإنترنت تتنوع حيث يستخدمها البعض كوسيلة للحصول على المعلومات وتبين أن المعلومات التي يسعى الشباب للحصول عليها هي معلومات علمية بنسبة 61.1%، فنية 40.3%، رياضية 26.2%، سياسية واقتصادية 18.8% لكل منهما، المرأة والصحة 13.4%، معلومات مرتبطة بالعمل التجاري 14%.

مثل استخدام الشباب للإنترنت للاستفادة بخدمة البريد الإلكتروني أعلى معدلات الاستخدام في عينة الدراسة.

2. كلما زاد المستوى التعليمي للفرد قل استخدامه للإنترنت من أجل التسلية.
3. عدم وجود علاقة ذات دلالة بين النوع وبين دوافع استخدام الإنترنت.

كما سعت **دراسة عبد الملك رومان الدناني** (2000) عن "الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت" الى:

التعرف على تأثير استخدام الإنترنت على تكنولوجيا الإعلام والمعلومات وذلك من خلال محاولة الإجابة على عدد من التساؤلات منها، هل توجد وظيفة إعلامية للإنترنت؟ أين تكمن هذه الوظيفة؟ كيف يمكن الاستفادة منها؟**وكانت أبرز نتائج الدراسة كالآتي:**

- أن الإنترنت وسيلة اتصال حديثة للإعلام والمعلومات، كما أن الإنترنت لها وظيفة إعلامية تقدمها للجمهور تتمثل في الحصول على مصادر متنوعة من الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات والتخصصات بصورة سهلة ومباشرة في أي مكان في العالم.

وسعت دراسة السيد بخيت (2000) "عن الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الاتصال الجماهيري"، إلى:

استكشاف وتوصيف وتحليل واقع استخدامات أساتذة الاتصال العرب للإنترنت مقارنة بنظرائهم الأمريكيين، مع الأخذ في الاعتبار تباين الإمكانات والسياق، وتطبق الدراسة أحداث حديثة في جمع البيانات منها صحيفة الاستبيان الإلكترونية e-Survey، وتوزيعها بالبريد الإلكتروني.

وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 56 مفردة من أساتذة الاتصال الجماهيري في عدة جامعات عربية وأمريكية. **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:**

- أن الإنترنت أثبتت جدارتها كوسيلة اتصالية جديدة، كما أنها تعد مصدر معلوماتي ثري للباحثين الإعلاميين، كشف الدراسة عن الحاجة إلى تفعيل الواقع الأكاديمي لإيلاء مزيد من الامتمام بالإنترنت دراسة وبحثاً ومتابعة.

واستهدفت دراسة سامي طايع (2000): "معرفة استخدام الإنترنت في العالم العربي"، ثم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من البلدان العربية تشمل خمس دول هي مصر، السعودية، الإمارات العربية المتحدة، الكويت، البحرين ثم أخذت عينة من طلبة الجامعات إجمالها 500 طالب وطالبة بمعدل 100 طالب من كل بلد.**وكشفت الدراسة عن الآتي:**

1. يعتبر الإنترنت مصدراً مهم للأخبار والمعلومات للغالبية العظمى من المبحوثين _91.5%)، أثبتت الدراسة أن المعلومات العلمية كانت في المركز الأول من حيث عدد التكرارات، وتلا ذلك المعلومات الاجتماعية والثقافية ثم معلومات الترفيه وأخيراً المعلومات الفنية.
2. يعتبر الإنترنت وسيلة مهمة للاتصال باستخدام البريد الإلكتروني.
3. لم تظهر النتائج اختلافات جوهرية بين الذكور والإناث.

واستهدفت دراسة عبير محمد حمدي: عن "دور الإنترنت والراديو والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات" الى:

- التعرف على دور الوسائل التقليدية ممثلة في (الراديو والتليفزيون) والوسائل الحديثة ممثلة في (الإنترنت) في إمداد الجمهور بالمعلومات، طبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة قسمت إلى مجموعتين، المجموعة الأولى تستخدم الإنترنت في استقصاء المعلومات، والثانية تستخدم الراديو والتليفزيون. **وتوصلت الباحثة إلى العديد من النتائج أبرزها:**

- تفوق كل من الصحف والإنترنت كمصادر للمعلومات مقارنة بالمصادر الأخرى وهو ما يؤكد تخطي الإنترنت للراديو والتليفزيون واقترابها من خصائص الصحيفة كمصدر للأخبار.

قد أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم أسباب الاعتماد على الإنترنت كمصدر للمعلومات هي:

1. الفورية في نقل الأحداث.
2. ومصدر موثوق إلى درجة كبيرة.
3. تجمع بين أكثر من مصدر للأخبار
4. عمق المعالجة وتقديم تفاصيل دقيقة.

دراسة إيمان جمعة: "حول تعرض الشباب لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات العسكرية".

استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به (الصحافة، التليفزيون) كنموذج لوسائل الإعلام التقليدية و(الإنترنت، الدش) كنموذج لوسائل الإعلام الحديثة في تضييق أو توسيع فجوة المعرفة لدى الشباب المصري الجامعي.

اعتمدت الدراسة على صحيفة استقصاء لجمع البيانات من عينة قوامها 300 مفردة من شباب جامعة القاهرة، والجامعة الأمريكية بالقاهرة. **وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:**

- يختلف مستوى المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة باختلاف نوع الوسيلة التي يتعرضون لها أو يستخدمونها، بحيث يزيد مستوى المعرفة لدى من يتعرضون للوسائل الحديثة وتقل لدى من يتعرضون للوسائل التقليدية.

واستهدفت دراسة مها الطرابيشي (2001): "عن انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي".

- الكشف عن المتغيرات والعوامل المؤثرة في تعرض الشباب الجامعي للصحف الإلكترونية والورقية، تم تطبيق نظرية فجوة المعرفة للتعرف على انعكاسات عملية التعرض على الثقافة الصحية للشباب.أجريت الدراسة على عينة قوامها 60 مفردة، توزعت على ثلاث مجموعات تجريبية من الشباب الجامعي. **وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج منها:**

- زيادة الاعتماد على الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة في الحصول على المعلومات الصحية بين الشباب.

- كما أثبتت الدراسة زيادة الفجوة الإدراكية لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط، أو الذين يتعرضون للصحف الورقية فقط بالمقارنة بالذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معاً.

وهدفت **دراسة عزة الكحكي (2001)** إلى: اختبار العلاقة بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للجمهور وكثقافة التعرض لكل من الصحف والتليفزيون والاعتماد عليهما وبين مستوى المعرفة المكتسبة عن قضية انتفاضة القدس، وذلك من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة قوامها 400 مفردة، وقد انطلقت الدراسة من فروض نظرية فجوة المعرفة. **وانتهت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها:**

أن هناك وجود علاقة ارتباطية دالة بين كثافة التعرض للصحف وبين مستوى المعرفة العامة.

واستهدفت دراسة (Hugh and Guido 1986): التعرف على تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام على اكتساب المعرفة لدى الجمهور. **وتوصلت الدراسة إلى:**

1. أن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام يرتبط إيجابياً باكتساب المعرفة لديه.
2. عملت الدراسة على التفريق بين تعرض الفرد المخطط لوسائل الإعلام والتعرض العضوي لها.
3. وأكد الباحثان أن المعرفة ترتبط أكثر بالتعرض المخطط.

وتناولت دراسة (Golding 1994): تكنولوجيا الاتصال وكيف تتغير هذه التكنولوجيا بسرعة هائلة، الأمر الذي أدى إلى وجود مصطلحى ثورة الاتصالات Communication Revolution أو انفجار المعلومات Information Explosion، والعديد من هذه التكنولوجيات لها تأثير على إكساب مستخدميها سيطرة أكبر على العملية الاتصالية، وعلى استقبال المعلومات. ولكنها مكلفة، هذا ما دعا بعض الباحثين للقول بأن ما يسمى بمجتمع المعلومات هو مجرد أسطورة، فالمعلومات متاحة للجميع ولكنها متاحة بثمن.

واشارت دراسة (Morris & Ogan 1996) إلى: أن الإنترنت وسيلة اتصال متعددة الأوجه، فيمكن اعتبارها نموذجاً تقليدياً للاتصال مكوناً من مصدر ورسالة ومستقبل، فمصدر الرسالة قد يكون مجرد فرد مثل استخدام البريد الإلكتروني أو مكوناً من مجموعة ذات اهتمامات مشتركة مثل جماعات الأخبار، أما الرسالة نفسها قد تكون قصة خبرية تقليدية يكتبها محرر أو مجرد محادثة وتبادل الرأي كاستخدام برامج الدردشة، أما المستقبل أو الجمهور المتلقي لهذه الرسائل قد يكون فرد أو عدة ملايين، كما تتيح الإنترنت فرصة تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل ليصبح هو أيضاً منتجاً للرسالة. **وتوصلت الدراسة إلى أن:**

- هناك تجاهل من الباحثين لدراسة الإنترنت بالرغم من أهميتها كوسيلة اتصال، وإنه يجب على الباحثين الاتجاه إلى دراسة الإنترنت كوسيلة اتصال وإلى إيجاد الطرق والمناهج الصالحة لدراستها كمدخل اتصال من خلال الحاسبات.

واشا**رت دراسة (Pingree 1996) الي:** التخوف من أن يعمق انتشار تكنولوجيا الاتصال من الفجوة المعرفية أو الاجتماعية الموجودة في زمن إجراء الدراسة، لأن الفئات الأقل تميزاً اجتماعياً سيستضعفونها أقل ويستفيدون منها صورة أقل. الأمر الذي يمكن أن يجعل هناك مستويين للمعلومات بين أفراد المجتمع.وانتهت الدراسة إلى أن تكنولوجيا الاتصال تميل إلى إيجاد فجوة بين المتاحة للأغنياء وتلك المتاحة للفقراء.

وهدفت دراسة (Laura And John 1999) إلى: التعرف على استخدام أهل البيت للبريد الإلكتروني، أجريت الدراسة على عينة قوامها 112 مفردة من البالغين الذين يستخدمون خدمة البريد الإلكتروني. **وتوصلت الدراسة إلى أربعة أسباب رئيسية تدفع الأفراد داخل الأسرة إلى استخدام البريد الإلكتروني E-mail، وهي:**

1. العلاقات الشخصية (61%)

- إتاحة فرص لإشباع رغباتهم الشخصية بطريقة أكثر سهولة من وسائل أخرى (31%).

2. مكاسب شخصية (30%).

3. أسباب تتعلق بالعمل.

كما أثبتت الدراسة أن أغلب مستخدمي البريد الإلكتروني E-mail المنزلي من صغار السن ومن يمتلكون دخول عالية ومستوى تعليمي مرتفع.

واستهدفت دراسة (Sjoberg 1999): حـول اسـتخدامات المـراهقين الـسويديين لـشبكة الإنترنـت، التعرف على التغيرات التي يعيشها المراهقون في مجتمع السويد في ظل تكنولوجيا الاتصال الجديدة والثورة المعلوماتية، خاصة شبكة الإنترنت والتي تعد ساحة حوار بين الأفراد حيـث أصـبح الإنترنـت بديلاً عن العلاقات الاجتماعية وذلك من خلال مواقع غرف الدردشة التي أتاحت فرص للتعارف بين أفراد المجتمع على نطاق واسع. **وخلصت الدراسة إلى:**

- أن أهم استخدامات المراهقين للإنترنت تتمثل في الحصول على المعلومات ثم الترفيه.

واستهدفت دراسة (Wonfgzng 2000): قيـاس مـصداقية شـبكة الإنترنـت ببـاقي وسـائل الإعـلام حيث أجرى الباحث دراسته على عينـة قوامهـا 481 شخـصاً تـتراوح أعمارهـم بـين (14ــ15) عامـاً. **وتوصلت الدراسة إلى:**

1. أن الصحافة أكـثر مـصداقية مـن التليفزيـون والإنترنـت، لأن الـصحف أكـثر جديـة وwضـوحاً وتعطي تفاصيل كثيرة وتقارير أوضح، ومن ثم فهى أكثر مصداقية من التليفزيون والإنترنت ولكنهـا أكثر تجزأ.

2. لم يستطع المبحوثـون تحديـد أيهـما أكـثر مـصداقية التليفزيـون أم الإنترنـت، فبيـنما وصـفوا التليفزيون بأنه أكثر وضوحاً وجدية ونقـداً، أكـدوا أن الإنترنـت يعطـي تفاصـيل أكـبر وأكـثر توازنـاً وحيادية من الصحافة والتليفزيون. وربما يعود ذلـك إلى حجـم المعلومـات الـضخمة المتـوافرة عـلى الشبكة والمتاحة للجميع دون قيد أو شرط على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي تختار ما تقدمه من معلومات.

وهدفت دراسة (Zize and Rubin 2000): معرفة دوافع استخدام الإنترنت لدى عينـة مـن شـباب الجامعات بلغت 279 طالباً. وانتهت الدراسة إلى أن المنفعة الشخـصية هـي أو الـدوافع في تعـرض الشباب لشبكة الإنترنت يليها قضاء وقت الفراغ، ثم البحث عن المعلومات، الراحة وأخيراً التسلية.

وطبقت دراسة (Douglas and Elizabath 2000): في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات لتقييم شبكة الإنترنت كبديل فعال وعملي لمشاهدة التليفزيون، طبقت الدراسة على 250 طالب جامعي ممن لديهم خبرات طويلة في التعامل مع شبكة الإنترنت. **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هى:**

- أن التسلية والترفيه يعتبر الدافع الأول لدى أفراد العينة في استخدامهم للإنترنت، وأن تصفح مواقع الرياضة والتسلية هو الاستخدام الأكثر تكراراً عند دخولهم على الشبكة.

مراجع الفصل الرابع

1- فتحي حسين عامر: **"الخبر الصحفي الإلكتروني"** مرجع سابق ص 150

2- مرفت الطرابيشي: **"العلاقة بين التعرض للصحف الإلكترونية ووعي الصفوة النسائية المصرية بالقضايا البيئية":** دراسة ميدانية، مجلة البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، 18إبريل، 2001، ص ص 314 ـ 318.

3-Krout، R. Vicki، and et al.، Why People Use The Internet ?

Http: / www.Home net and new cmu – Edu I Progress / purpose html.1996.

4-Harper، christopher، OnLine Newspapers: Going Some Where Or Going No where?، Newspaper Resarch Journal، Vol. 17، No. 3-4، Summer 1996، pp 6 - 7.

5-Singer، Jane، Changes and Consistencies، Newspaper Journalists Contemplate OnLine Future، Newspaper Research Jaurnal، Vol. 18، Winter/Spring 1997، pp 2-18.

6- James W. Carey، The Intenet and the End of Notional Communication System:

Uncertain Predictions? of an Undertain Future، Journal of Journalism and Mass Commuricatian Quarterly، Val. 75، No. 15، Spring 1998، pp- 28-34.

7-Thomas J. Johnson and et al.، Comparing the Effects of the Internet and Other Non Traditional (Media with Traditional Media in the 1996 Presidental Campagin)، Journalism of Mass Communiction Quartely، Vol.76، No. 1999، pp. 99-116.

8-Tanjev Schultz، Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of OnLine Forums and Reader E-mail، Media Culture and Society، Vol.22، 2000، pp-205-221.

9- Guido H.Stemple III and et. al.، Relation of Growth of Use of the Interent to Change in Media Use From 19995 to 1999، Journalism and Mass Communication Quartely، Vol 77، No.1 2000، pp 71-79.

10- نجوي عبد السلام فهمي: **"تجربة الصحافة الإلكترونيـة المـصرية والعربيـة: الواقـع وآفـاق المستقبل"** المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر 1998 ص 203-241.

11- محمد سعد إبراهيم: "استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومـدى انعكاسـها عـلي الأداء الصحفي (في) تكنولوجيا الاتصال: الواقع والمستقبل" المؤتمر العلمي السنوي الخامس لكلية الإعـلام، جامعة القاهرة، 1999 ص 105-144.

12- سامى طايع: **"استخدام الإنترنت فى العالم العربى: دراسة ميدانيـة عـلى عينـة مـن الـشباب العربى"** المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابـع، (اكتـوبر – ديسمبر 2000).

13- نوال الصفتى: **"أثر التعرض للـصحف الإلكترونيـة عـلى إدراك الـشباب الجـامعى للقـضايا السياسية العربية، (فى) الإعلام وحقـوق الإنـسان العـربى"** المـؤتمر العلمـى الـسنوى الـسابع لكليـة الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2001، ص ص 395-431.

14- حنان جنيد: **"تكنولوجيا الاتصال التفاعلى (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعى السياسى لـدى طلاب الجامعات المصرية"** المجلة المصرية لبحوث الإعـلام، كليـة ا لاعـلام، جامعـة القـاهرة، العـدد الثامن عشر، (يناير – مارس 2003)، ص ص 1-72.

15- نجوى عبد السلام: **"أنماط ودوافـع اسـتخدام الـشباب المـصري لـشبكة الإنترنـت"** (المـؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام 1998)، ص.ص 85- 119.

16- سامي طايع: **"استخدام الإنترنت في العالم العربي، دراسة ميدانيـة عـلي عينـة مـن الـشباب العربي"**، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، أكتوبر – ديـسمبر 2000)، ص.ص 35 – 68

17- عصام نصر سليم: **"حدود حرية الـرأي في سـاحات الحـوار العـربي عـبر الإنترنـت"** (المـؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية الإعلام جامعة القاهرة، مايو 2001).

18- إيمـان جمعـة: "**التعـرض لوسـائل الإعـلام التقليديـة والحديثـة وعلاقتـه بمـستوي المعرفـة السياسية لدي الشباب الجامعي**"، (المؤتمر العلمي السنوي السابع لكليـة الإعـلام جامعـة القـاهرة، 2001)، ص.ص: 149 – 187.

19- سـامي عبـد الـرؤوف طـايع: "**اسـتخدام شـبكات المعلومـات "الإنترنـت" في الحمـلات الإعلامية**" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، إبريل 1997.

20- نجوى عبد السلام: "**أنمـاط ودوافـع اسـتخدام الـشباب المـصري لـشبكة الإنترنـت**" المـؤتمر العلمي السنوي الرابع، الإعلام وقضايا الشباب، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 1998.

21- عبد الملك رومان الدماني: "**الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت.. دراسـة منـشورة**" (اليمـن: عبادي للدراسات والنشر، 2000)، ص ص.

22- السيد بخيت: "**الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الاتصال الجماهيري.. دراسة مقارنة بين الأساتذة العـرب والأمـريكيين**" المجلـة المـصرية لبحـوث الإعـلام، كليـة الإعـلام، جامعـة القاهرة العدد التاسع، أكتوبر ـ ديسمبر 2000، ص ص 107 ـ 168.

23- سامي عبد الرؤوف طايع: "**استخدام الإنترنـت في العـالم العـربي**" المجلـة المـصرية لبحـوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر 2000.

24- عبـير محمـد حمـدي: "**دور الإنترنـت والراديـو والتليفزيـون في إمـداد الجمهـور المـصري بالمعلومات**" رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.

25- إيمـان جمعـة: "التعـرض لوسـائل الإعـلام التقليديـة والحديثـة وعلاقتـه بمـستوى المعرفـة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجـامعي المـصري" المـؤتمر العلمـي الـسنوي السابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.

26- مها محمـد كامـل الطرابيـشي: "**انعكاسـات التعـرض للـصحف الإلكترونيـة والورقيـة عـلى الثقافـة الـصحية للـشباب الجـامعي: دراسـة تجريبيـة**" المـؤتمر

العلمي السنوي السابع "الإعلام وحقوق الإنـسان العـربي، " كليـة الإعـلام ن جامعـة القـاهرة، مـايو 2001.

27- عزة مصطفى الكحكي ورباب رأفت الجمال: **"الآثار المعرفية لقضية انتفاضة القدس: دراسة مسحية على جمهور الصحف والتليفزيون المصري"** المؤتمر العلمي السنوي السابع، "الإعلام وحقوق الإنسان العربي"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2001، ص ص 311، 340.

28- Hugh m. Culbertson and Guide H. stemple، How media reliance affect knowledge level، Communication Research، vol،.13، No. 4، October 1986، pp. 579-602.

29- P. Golding، " Telling stories: Sociology، Journalism and the information Citizen"، European Journal of communication vol. 9، 1994، pp. 461-484.

Morris.. & Ogan.، C، The internet as mass medium، Journal of Communication، Vo.، No.، 1996. pp.

30- Pingree، Suzanne، Will the disadvantage ride the information high way، Journal of broadcasting & electronic media، vol. No، 1996، pp. 335-350.

31- Laura Stafford susan L. Kline، and John Dimnick، Home E-mail: Relational Maintenance and Gratification opportabities، Journal of Broad casting and electronic media، vol. 43، No.4، fall 1999.

32- Sjoberg، U. The rise of the Electronic Individual; A study of how young Swedish Teenagers use and perceive internet. Communication Abstract، vol. 22، No. 5، 1999.

33-Wonfgzng - Schweiger، Media credibility- Experience or Image? A survey on credibility of the world wide web in Germany in competition to other media، Ear open Journal of communication، vol. 15، 2000.

34- Zizi papacharissi and Alan. Rubin، predictors of internet uses، journal of Broad casting and electronic media، vol. 44، No. 22، spring 2000.

35- Douglas A. Ferguson and Elizabath M. perse، The world wide web as a functional alterative to television، Journal of Broad Casting & Electronic media، vol. 44، No.2، spring 2000.

الفصل الخامس

تأثير السوشيال ميديا علي الصحافة الإلكترونية

الصحافة الإلكترونية فى مصر والعالم العربى قد تتعرض لخطر واسع قد يؤثر على قدرات العديد من الصحف والمواقع الإلكترونية ومنتجى المحتوى المعلوماتى أمام طغيان شركات السوشيال ميديا العالمية "فيس بوك" و"تويتر" وغيرها من الشبكات، ثم أمام جبروت محرك البحث الشهير "جوجل" وسيطرته على قطاعات واسعة من سوق الإعلانات فى العالم.

النظرية التى تؤمن بها الجماعة الصحفية المصرية الآن تنص على أن الصحافة المطبوعة وحدها هى التى تتعرض للمخاطر ويهددها الانقراض، وأن البديل هو الصحافة الإلكترونية التى تحتل الصدارة فى المتابعة ويتسع انتشارها بين مستخدمى شبكات الإنترنت، لكن يؤسفنى أن أضيف لكم - بكل أسى- أن الصحافة الإلكترونية نفسها بمفهومها المؤسسى والصناعى هى أيضًا فى عين عاصفة المخاطر، وقد تتعرض لتهديدات أكبر مما تتعرض لها الصحف الورقية ما لم نفهم، نحن هنا فى مصر "نفهم الآن، الآن وليس غدا" كيف نتعامل مع شبكات التواصل، وكيف نفهم لوغاريتمات جوجل، وكيف نتعامل مع منصات عرض منتجاتنا الإخبارية على هذه الشبكات العالمية العملاقة، وكيف ندير شكل عرض المحتوى على «فيس بوك» و"تويتر" و"جوجل نيوز"، و"ياهو نيوز" و"انستجرام" وغيرها من الشبكات العملاقة المسيطرة على العالم.

ويتوقع البعض ان المخاطر نفسها ستبقى حاضرة ومؤثرة ما لم نفهم أيضا وهو كيف نتعامل مع العملاق الأكبر «جوجل» الذى تحول من محرك بحث إلى اللاعب الرئيسى فى المنح والمنع للزوار للمواقع الإلكترونية، ثم تحول أيضا إلى ناشر للأخبار ينافس الصحف فى مجالات النشر المختلفة، ثم تحول كذلك إلى أهم مؤسسة لنشر الإعلانات الإلكترونية فى العالم، وسيطر بسهولة على الشريحة الكبرى من كعكة النشر الإعلانى فى مصر والعالم العربى

الواقع يؤكد كما يراه بعض الخبراء أننا في عام 2017 نجد ان الصحف الإلكترونية تتسابق على نيل رضا «فيس بوك» والحصول على البركة من «جوجل»، هذا المنطق طبيعى الآن ومفهوم ومبرر، نظرًا للأداء الأسطورى لهذه المواقع ونجاحها المطلق فى السيطرة على مستخدمى الإنترنت، فهذه المواقع وحدها قد تمنحك بركة وعظمة فورية، ثم هى قادرة فى الوقت نفسه أن تسحق المواقع والمؤسسات الصحفية إذا غضبت عليها فتتركها رمادا تذروه الرياح.

السباق اليوم فى كل الصحف الإلكترونية هو على نيل بركة شبكات التواصل ومحركات البحث، لكن هذه المواقع العملاقة نفسها لا تعترف سوى ببقائها وحدها على العرش دون منازع، فهذه المنصات صارت تنافس الصحافة الإلكترونية فى إنتاج المحتوى الخبرى، وترتيبه وتصنيفه بطرق جديدة وتقديمه مرة أخرى للقراء، دون أن تنتبه الصحف حتى الآن أن نصف قرائها يطالعون الأخبار على هذه المنصات العالمية وينصرفون عن المواقع الأساسية المنتجة للخبر الأصلى نفسه، فالقراء يتعاملون بسهولة مع هذه المواقع العملاقة، ويفضلون مطالعة الأخبار مباشرة على هذه الشبكات، ولا تفكر الشريحة الكبرى من هؤلاء القراء فى إجهاد نفسها لتنقر زر الدخول إلى الموقع الأصلى وتفضل مطالعة العناوين على الروابط التى تقوم الصحف الإلكترونية بعرضها على شبكات التواصل الاجتماعى طوعا ودون إحساس بالخطر.

الصحف تفرح بعدد محدود من القراء يدخلون مباشرة إلى موقع الصحيفة، وتحتفل بحجم الـ«شير» الذى تناله أخبارها، فى حين ينبغى أن تقيم سرادق عزاء هائل نتيجة انصراف العدد الأكبر والأعظم من هؤلاء القراء عن الموقع نفسه، والاكتفاء بمتابعة المحتوى على شبكات التواصل، فحين تسأل قارئا الآن سؤالا بسيطا: «أين قرأت هذه المعلومات؟» فلن يتردد فى الإجابة «طبعا على فيس بوك!»، ليختفى المرجع الأساسى للخبر «وهو الصحيفة نفسها» ويبقى الفيس بوك هو الموقع الوحيد الذى يصنف ويفهرس ويعرض، ولا عزاء لكل الصحف الإلكترونية التى تناضل من أجل المزيد من "الترافيك"

الصحف قد تكسب شهرة سبقها بنشر الأخبار، وقد تكسب انتشارًا لاسمها فى فضاء الإنترنت، لكنها حتمًا تخسر خسارة فادحة بانصراف القراء إلى مطالعة المحتوى نفسه على منصة عملاقة أخرى اسمها «فيس بوك» أو «تويتر» أو «جوجل

نيوز» أو عبر تطبيقات الأخبار مـن «يـاهو» أو مـن تطبيقـات الـسطو عـلى المحتـوى فى الموبـايلات المنتشرة على "أبل ستور" أو "أندرويد".

قد تكسب شهرة، لكنك لا تكسب زوّارا بعدد يليق بـالمحتوى الـذى اجتهـدت للانفـراد بـه، قـد تكسب «شير» لكنك لن تكسب إعلانات جديدة عـلى موقـع الـصحيفة وحـدهما «فـيس بـوك» أو «جوجل» وغيرهما من محركات بحث وشبكات تواصل تربح بلا تعب أو جهد من هرولـة الـصحف للنشر على هذه المواقع العملاقة.

ونتيجة كل هذا يري الخبراء العوامل التالية:

إننا ننتج الخبر بتكلفة كبيرة.. وندرب محرري الصحف الإلكترونية والورقية على العمل.. ونسدد فواتير تكلفة إنتاج المادة الصحفية.. ونلهث وراء صور جديدة.. ونخاطر بالوصول لمناطق انفـرادات صعبة.. وننفق على رحلات خارجية.. ونسدد الضرائب ونظم التأمين الطبى.. ثـم بعـد ذلـك نعـرض كل هذا بلا ثمن على «فيس بوك» و«جوجل» و«تـويتر» و«إنـستجرام» وغيرهـا، باعتبارهـا شـبكات وصول للقراء، لكن الحقيقة أن هـذه الـشبكات تـربح أمـوالاً طائلـة مـن وراء هـذا الإنتـاج الكبـير، والصحافة الإلكترونية تخسر خسارة مذهلة من وراء هذا النزيف فى قرائها الذين يلاحقون الصحف فى شبكات التواصل وليس على مواقع هـذه الـصحف نفـسها.. النتيجـة أيـضا.. أننـا لا نكـسب زوّارًا جددًا من وراء هذا السلوك الذى تمارسه الصحافة الإلكترونيـة، دون أن تـدرك تـأثيره المخيـف عـلى مستقبل الصحافة نفسها كصناعة فى المستقبل.

مكاسب "جوجل " الاقتصادية وجبروت "الفيس بوك"

ويؤكد الخبراء أن لهذا المشهد مجموعة من الحقائق الخطرة الأخرى:

أولاً: "جوجل" هذا العملاق الأول فى العالم يربح مليارات الدولارات كل عام من نشر إعلانات على الصحف الإلكترونية:

ويعرف خبراء هذا المجال أن جوجل يقدم أسعارًا بخسة فى الإعلانات، بينما تفرح الصحف الإلكترونية ببلاهة ببضعة آلاف من الدولارات يتقاسمها جوجل مع هذه المواقع، جوجل لا يسدد فواتير إنتاج العمل الصحفى، فبأى حق يحصل على النسبة الكبرى من دخل الإعلانات؟ ثم بأى حق يتحكم فى سعر الإعلان الإلكتروني فى كل بلد فى العالم؟!

هذا الملف شديد الخطورة إذ أن المعلنين، حتى فى الشركات المصرية الحكومية وبنوك القطاع العام، والهيئات والشركات المصرية العامة والخاصة يميلون الآن نحو الأسعار الزهيدة التى يقدمها جوجل فى الإعلان ليضعه على المواقع الصحفية المحلية الشهيرة، صارت الصحف الإلكترونية، إذن، تنفق أكثر وتبيع إعلانات بأسعار أقل، ونظن أن بركة جوجل وحده هى التى تمنحنا الحياة على الإنترنت، كل ذلك دون أن تلتفت الصحف أو وكالات الإعلانات المصرية إلى أن جوجل يتقاسم أرباحا لم يدفع تكلفتها، ويسدد ضرائب هذه الإعلانات فى بلدان أخرى غير مصر.

وببساطة ستجد شركات الإعلانات المصرية نفسها فى مأزق غير مسبوق عندما تدرك أنها سمحت لجوجل بأن ينافسها فى النشر الإعلانى لمحتوى لا يملكه، وفى بلد لا يعرف عنه شيئا، وفى سوق لا توجد فيه تشريعات تضبط مجال النشر الإلكتروني وتضع كل الصحف الإلكترونية ومنصات النشر المصرية تحت رحمة عمالقة الإنترنت بلا رحمة.

ثانيًا: يعلم خبراء هذا المجال أيضًا أن «فيس بوك» طبق سياسات جديدة: خلال العام الماضى جعلته هو المسيطر الوحيد على صفحات الشركات الناشرة للأخبار، فأيًا كان عدد متابعى الصحيفة الإلكترونية ومحبيها على «فيس بوك»، فإن أدمن الصفحات لم يعد يمكنهم من الوصول إلى كل أعضاء الصفحة إلا بدفع أموال جديدة لـ«فيس بوك"!!

أى أن الصحيفة لم تعد تملك الصفحة رسميًا، الصحف دفعت الملايين لتنتج الأخبار ولتضمن الانتشار، ثم يأتى فيس بوك ويقول للجميع أن بوستات الصفحة لن تصل إلى كل القراء فى وقت واحد، وإن كل بوست له سقف محدد فى الوصول للمتابعين، وإذا أرادت الصحف أن تصل لمتابعيها فعليها أن تدفع مبالغ محددة لفيس بوك لتصل إلى قرائها.

وليس من حقك «رسميًا» أن تنشر إعلانًا على صفحتك، فيس بوك يشاركك فى هذا الإعلان، ويمكن لإدارة فيس بوك أن تغلق صفحتك نهائيًا أو تنزل عليك ما تشاء من عقوبات إذا لم تلتزم بسياساتها الإعلانية.

لذلك الصحف الإلكترونية لم تعد تعمل لنفسها إذن بل صرنا نخدم أرباح جوجل وأرباح فيس بوك.. كيف يمكن للصحافة الإلكترونية أن تستمر، إذن، إذا كان المحتوى متاحًا بالمجان على منصات هؤلاء العمالقة «جوجل وفيس بوك وتويتر ويوتيوب» مجانًا؟!

وكيف يمكن أن تحيا هذه الصحف الإلكترونية أو تزدهر إذا كنا لم نُدرك هنا فى مصر حتى الآن أن جوجل وحده هو الرابح الأول فى سوق الإعلانات؟

ومن ثم توصل خبراء الإعلام الي ان الصحافة الإلكترونية تنفق ليربح جوجل، جوجل فقط يربح لأنه يحصل على نسبة من إعلانات دون أن يتحمل ثمن دولار واحد فى إنتاج المحتوى.

ثالثًا: هناك عوامل لإضعاف الصحف الإلكترونية حتمًا على المدى الطويل، وهى فى التطبيقات المجانية لعرض الصحف على الهواتف المحمولة، فهذه التطبيقات تحصل على بث مباشر من المواقع الكبرى للصحف الإلكترونية وتعرضها على الموبايلات فى تطبيق واحد، دون أن تحصل الصحف على زائر واحد جديد لمواقعها عبر هذه التطبيقات.

أى أن الصحافة الإلكترونية توافق بكامل إرادتها الحرة على أن تسمح بعرض محتواها فى مواقع أخرى دون أن تتقاضى مليمًا واحدًا أو تحصل على زائر واحد، والأخطر هنا أن هذه المواقع أو التطبيقات تسجل للحصول على الإعلانات من جوجل، فيمنحها جوجل إعلاناته على المحتوى نفسه الذى تدفع الصحف ملايين الجنيهات شهريًا لإنتاجه، فيربح لصوص المحتوى، ويربح جوجل معهم، فيما تتوهم الصحف الإلكترونية الكبيرة أنها تحقق شهرة ونجاحًا، دون أن تدرى حجم الأموال التى تضيع عليها تحت سمع وبصر عمالقة الإنترنت.

ومن ابرز المؤسسات الصحفية والمواقع المصرية والصحافة الإلكترونية الحالية:

- مؤسسة الأهرام بكل اصدارتها.
- مؤسسة الأخبار واصدراتها.
- مؤسسة الجمهورية واصدارتها.
- مؤسسة دار الهلال واصدراتها
- مؤسسة دار المعارف واصدرتها.
- صحيفة وموقع مؤسسة المصرى اليوم.
- صحيفة وموقع الوفد.
- صحيفة وموقع الوطن المصرية.
- صحيفة وموقع الشروق المصرية.
- صحيفة وموقع اليوم السابع.
- صحبفة وموقع الاهالي.
- صحيفة وموقع الفجر.
- صحيفة وموقع الدستور.
- صحيفة وموقع صوت الامة.
- صحيفة وموقع الاسبوع.
- صحيفة وموقع البوابة نيوز.
- موقع التحرير.
- موقع مصراوى.
- موقع كورة.
- موقع فيتو.
- موقع صدى البلد.
- موقع قناة النهار.

- موقع قناة سى بى سى.

- موقع قناة الحياة.

- موقع قناة تن.

- وكالة الأهرام للإعلان.

- وكالة ميديا لاين للإعلان.

- وكالة بروموميديا للإعلان.

- وكالة كونيكت آد للإعلان.

- وكالة المستقبل للإعلان.

- وكالة آد لاين للإعلان.

كما ان دخول الصحافة عصر الاندماج أو التقـارب Convergence مـع الوسـائط الأخـرى: وهنـاك اربعة أبعاد لهذا التقارب أو الاندماج الصحفىJournalistic Convergence، **تتضمن:**

البعد الأول:

الانتاج المتكامل فى صالة التحرير وفى أساليب جمع الأخبارIntegrated Production.

البعد الثانى:

المهنيين متعددى المهارات Multiskilled Professionals.

البعد الثالث:

تقـارب المحتـوى Content Convergence. مـن خـلال منـصات توصـيل متعـددة Multiplatform Delivery.

البعد الرابع:

الجمهور النشط Active Audience المشارك والمتفاعل والمنتج للمحتوى.

ومنذ أوائل التسعينات 1994 بدأ ت عمليـة نـشر نـسخ اليكترونيـه مـن الـصحيفة عـلى شـبكة الانترنت بدون أى تعديل.

وفى أواخر التسعينات بدأت المؤسسات الصحفية فى اطلاق صحف إلكترونية على شبكة الانترنت Newspapers Online تستفيد من امكانات الشبكة المختلفة كتعددية الوسائط والتفاعلية والمشاركة.

ومع بداية الألفية الثالثة يتم تطوير مواقع الصحيفة على الانترنت ليصبح شكلا اعلاميـا جديـدا يقدم خدمات اعلامية وإعلانية جديدة الى جانب النشر الصحفى، مع اشراك القراء فى عمليـة انتـاج الصحيفة وتحديث موادها.

يتم اطلاق مواقع اخبارية، مثل مواقع محركات البحث، اضافة الى مواقـع محطـات التليفزيـون والراديو ووكالات الاعلان.

تظهر اشكال اعلامية جديدة يصنعها المستخدمون Users، وليس أعضاء الطاقم التحريرى Staff Editors Or Writers مثل:

- **البلوجز** "Blogs"/Personal Journals
- **الصور** Photos
- **الفلوج** ("Video Sharing "Vlogs)
- **المنتديات** Forums

وتظهر عام 2005 تقنيات جديدة على الانترنت تفيد منها الصحافة والمواقع الإلكترونية مثل:

- **التدوين الصوتى** Podcasting.
- الـ Wiki.
- الـ Twitter.

وعام 2006 تبدأ المؤسسات الإعلامية كوكالات الانباء والصحف ومحطات التليفزيون وشركات الانتاج السينمائى والتليفزيونى فى الافادة من التليفون المحمول كوسيط تستخدمه المدونات لنشر الأنباء، والمادة الصحفية والإعلامية.

كما يشهد عام 2006 بداية التجريب لعملية اصدار صحف لاورقية E-paper تعتمد على الافادة من تقنيات النانو تكنولوجى، والورق الإلكتروني، عبر وسائط محمولة يمكن من خلالها تحميل الجرائد والمجلات والكتب الإلكترونية، واتسعت عمليات التجريب عام 2007 لتشمل بلجيكا وبريطانيا وفرنسا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية والهند والصين.

تطور أساليب الكتابة والتحرير الصحفى المطبوعة وظهور النص الرقمى والكتابة الرقميه.

وبالتالى أصبح متاحا عدة بدائل للكتابة والتحرير للصحافة الإلكترونية تتضمن اسلوبا جديا للكتابة، ووسائط تكنولوجية جديدة معينة، وتطور اسلوب توظيفه للكلمة المكتوبة (النص المكتوب)، واستعانته بالمعلومات والبيانات، **وتضمنت البدائل المتاحة:**

1. تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية النص الفائق Hypertext: والنص الفائق هو نص يرتبط بمجموعة من النصوص من خلال إشارات معينة موجودة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافيا داخل النص الأصلى، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال الجوال "الفأرة"، فإنها تفتح على نصوص أخرى، وهذا الشكل هو أساس عملية التجوال Navigation فى أى موقع لصحيفة إلكترونية على شبكة الإنترنت وهو ما يمكن المستخدم من التجول بين الكلمات المتصلة بنصوص أو صور أو موسيقى أو فيديو وهذه الكلمات التى لها اتصالات بنصوص أخرى تسمى Hot Words.

2. تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية الوسائط المتعددة Multimedia: الوسائط المتعددة تعبير يقصد به دمج أنظمة مختلفة: "مرئيات، صوتيات اتصالات. وغيرها من النظم" فى نظام واحد، وتشتمل الوسائط المتعددة على مجموعة مكونات تشكل بنية هذه الوسائط منها: النصوص المكتوبة Texts، الصوت Sound، الرسوم الخطية Graphics، الصور الثابتة Still Image، الرسوم المتحركة Animation، الصور المتحركة Motion Picures، صور الفيديو Video، والحقيقة الافتراضية Virtual Reality.

3. تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية الوسائط الفائقة Hypermedia: وتعتبر تطويرا للوسائط المتعددة لأنها تقدم وسائط أغنى وبدائل أكثر. ولتوضيح مفهوم الوسائط الفائقة يجب البدء من نقطة النص الفائق الذى يتيح التجول عبر شبكة الإنترنت عبر وصلات تحيل المستخدم إلى صفحات أو وثائق أو مواقع أخرى، أما الوسائط الفائقة فتحتوى أيضا على وصلات تتيح للمستخدم التجول ليس عبر الكلمات فقط بل عبر الصور أو الموسيقى أو الفيديو أيضا عن طريق وصلات سبق وضعها فيما بين هذه الوسائط فعند النقر من جانب المستخدم على الروابط ينتقل إلى وسائط أخرى مرتبطة بها ليتم تقديم نفس المحتوى بأكثر من وسيط.

وترتب على استخدام الوسائط المتعددة والوسائط الفائقة فى عملية التحرير فى الصحيفة الإلكترونية تحولا شديد الأهمية فيما يتعلق بعمل المحرر الصحفى، فبعد أن كان المحرر فى الصحيفة المطبوعة يعتمد على أداتين تعبيريتين هما: النصوص

المكتوبة والصور الثابتة، فإن المحرر فى الصحيفة الإلكترونية بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى هاتين الأداتين على التعبير بالصوت والصورة المتحركة، وبالتالى فإن أسلوبه فى الاعتماد على الكلمات فى نقل الحدث أو المضمون الذى تحمله المادة الصحفية يتطلب إعادة نظر، ففى وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعى تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذى كانت تستخدم به فى الصحافة المطبوعة.

4. تحرير المادة الصحفية طبقا لتقنيات التفاعلية Interactivity: والتفاعلية أنها عملية متعددة الأبعاد، **وتتمثل أبعاد التفاعلية فى المتغيرات التالية:**

تعدد الاختيارات المتاحة: فالمتلقى يختار موضوع الاتصال من مجموعة متنوعة من الاختيارات المتاحة أمامه.

الجهد **الذى يمارسه المستقبل:** فالمتلقى ينبغى أن يمارس بعض الجهد لإنجاز عملية الاتصال. ليكون متلقى نشط للرسالة.

استجابة الوسيلة للمستقبل: فوسيلة الاتصال تستجيب لرغبات المستقبل واختياراته فتعرض له المضمون حسبما يريده.

رصد استخدامات المتلقى لوسيلة الاتصال إليكترونيا: حيث أن التقنيات الحديثة سمحت برصد استخدامات مستقبل الرسالة آليا.

سهولة إضافة معلومات للرسالة الاتصالية: فالتكنولوجيا الحديثة سمحت للمستقبل أن يضيف إلى أصل الرسالة ليتحول بذلك إلى مصدر للمعلومات أو يكتفى فقط بتلقيها.

سهولة الاتصال الشخصى بين جمهور وسيلة الاتصال: وتعنى السهولة التى يتيحها نظام الاتصال ويمكن من خلالها لعدد من مستخدمى الوسيلة تبادل الرسالة فيما بينهم.

البحث عن نموذج اقتصادى جديد للنشر الصحفى فى ظل منافسة الوسائل الإعلامية الجديدة وفى مقدمتها شبكة الانترنت، ومع تراجع توزيع الصحف، وهبوط ايرادات الاعلانات الصحفية، مقابل زيادة اعلانات الانترنت، **بدأ التفكير فى نماذج اقتصادية جديدة لإصدار الصحف وإدارتها، من بينها:**

- **الاتجاه الى تسعير الخدمات الصحفية:** المعتمد على النشر الإلكتروني عبر شبكة الانترنت وكذلك عبر التليفون المحمول

- **الاستثمار فى صناعات اعلامية جديدة:** تتكامل مع النشر الصحفى المطبوع.

- **الاتجاه للنشر المجانى**، وفقا لتقرير رئيس الاتحاد العالمى للصحف توماس بالدينج فى يونيو 2007، هناك طفرة فى توزيع الصحف المجانية فى العالم بمعدل يزيد عن الضعف على مدى السنوات الخمس الماضية وصل إلى حوالي 4.3 مليون نسخة يومياً، واستطاعت هذه الصحف المجانية الجديدة في وقت قصير الاستحواذ على 40 مليوناً من القراء، وخصوصاً بين الشباب، وتشكل 30% من توزيع الصحف فى اوربا الان وفى مصر صدرت مؤخرا صحيفة 24 ساعة، وهناك صحف أخرى فى طريقها للصدور.

- **ظهور الحاجة الى الصحفى متعدد المهارات:** (Backpack Journalist)، أو صحفى المهام المتعددة A Multiple Media Multi-Tasker

الذى ينبغى أن يكون قادرا على اداء مهام متعددة مثل تشغيل كاميرا الفيديو، اعداد تقرير اخبارى تليفزيونى، اعداد رسوم متحركة، تجميع صور فى جاليرى، الافادة من ملف صوتى، وأجراء التحقيقات الاستقصائية، والتقارير الاخبارية بشكل ماهر، الكتابة الصحفية، وتحرير صفحات ومواقع شبكة الانترنت، اى القدرة على التعامل مع كل الوسائط الإعلامية التقليدية والجديدة.

كما ساعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي: علي ايجاد فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصوّرها خبراء الاتصال.

وإن الخبرة والتسهيلات الجديدة التي وفرها الإنترنت في مجال التنظيم والاتصال والإعلام غيرت المعادلة القديمة التي كانت تضطر قوى التغيير إلى الاعتماد على دعم

دول أخرى في نضالها السياسي، كما كان الحال في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين.

لذا فإن حركات الإصلاح والتغيير في عالمنا العربي والإسلامي مدعوة اليوم إلى الاستفادة من ثـورة الإنترنت إلى أقصى الحدود، في مجالات التنظيم والإدارة والاتـصال والإعـلام والنـضال الـسياسي وغـير ذلك من جوانب معترك الحياة، فهل نستوعب المدلول التاريخي لثورة الإنترنت؟.

وإسقاطاً على التجارب العالمية في الحالتين "التونسية والمصرية" تقوم وسائل الإعلام وَفْق نظريـة التسويق الاجتماعي بإثارة وعي الجمهور عـن طريـق الحمـلات الإعلاميـة التـي تـستهدف تكثيـف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسلة، للتأثير على القطاعات المـستهدَفة مـن الجمهـور، وتدعم الرسائلَ الإعلامية بالاتصالات الشخصية، كذلك الاستمرار في عرض الرسائل في وسائل الاتصال، عندها يصبح الجمهور مهتماً بتكوين صورة ذهنية عـن طريـق المعلومـات والأفكـار، وهنـا تـسعى الجهـة القائمـة بالاتـصال إلى تكـوين صـورة ذهنيـة لـربط الموضـوع بمـصالح الجمهـور وتطلعاتـه. وفي خطوة لاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم رسائل جديدة للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديداً كاتخاذ قرار، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معيَّنـة لـضمان اسـتمرار الاهـتمام بالموضـوع وتغطيتهـا إعلاميـاً وجماهيريـاً، ثـم حـثِّ الجمهـور عـلى اتخـاذ فعـل محـدد معبِّر عـن الفكـرة، عـن طريـق الدعوة لتبنِّي الأفكار التي تركز عليها الرسائل الاتصالية. اذن مـن يـصنع التغيـير: إن الـسؤال الـذي يجب الإجابة عنه بعد تكرار المشهد التونسي في مصر وتوسع "اطلس الانتفاضات الشعبية العربيـة" هـو: هـل تلعـب وسـائل الإعـلام، دوراً داعـماً في التغيـير الاجتماعـي عـن طريـق تقويـة المجـال الجماهيري؟

وٍاستخدم الشباب في بداية الأمر مواقع التواصل الإجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظـر، مـن أجـل المطالبـة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والإجتماعية والإقتصادية ومن هنا تشكلت حركات الرفض الـشبابية التي إنتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن. وتخطت تلك الأفكـار الرافـضة للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الإجتماعي الوطن العربي.

واستخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقة والجادة للتواصل وسماع الناس والمواطنين، وبهذا سيتغير المشهد الإعلامي قريباً بشكل واضح للعيان في عالمنا العربي.

ولهذا تثير علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام إشكاليات عدة، لايمكن اختزالها في الابعاد التقنية المستحدثة في مجال البث والتلقي، إذ تجعلها عاملاً محدداً للتحولات الثقافية وتستبعد أنماط التواصل الجديدة. ولهذا سيعتمد بحثنا على المفاهيم النظرية القادرة على تحليل الاشكال الإمبيريقية لمواقع التواصل الاجتماعي، بالاعتماد على نماذج الاتصال، لفهم الظاهرة كحقل تتفاعل فيه التقنية والتواصل كعملية اجتماعية معقدة، وايضاً من منطلق مقاربة خصوصيته كممارسة إعلامية، أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تعمل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال. وتستعرض الدراسة مجموعة من التعريفات، وتحليل الرؤى النظرية التي اتيح للباحثة الاطلاع عليها، التي يتم تداولها لدى المتخصصين في هذا المجال. ونصل بعد ذلك الى جملة من الخلاصات لمجموعة الرؤى المطروحة عن مواقع التواصل الاجتماعي وعن مداخل فهمه.

لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها اصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل انه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل اشكالياتها.

ولكن لكي يحدث التغيير في المجتمعات العربية، لا بد من أن يصاحبه تغيير في الذهنيات والعقليات، وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة. وبالمقابل كل ما يطرأ من تبدل قيمي أو مفاهيمي "ايجابي" يحدث تغييراً في الممارسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية تؤثر في بناء المجتمع العربي. وتشكل تكنولوجيا الاتصال البنية التحتية لصياغة ونشر ثقافة تفرض قيمها، بهدف ضبط السلوك الإنساني بما يتلاءم مع النظام العالمي الجديد، أي عوامل إنتاج معرفي.

مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. عكَس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأُطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

الإعلام الاجتماعي: "وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقَل بين طرفين أحدهما مرسِل والآخر مستقبِل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسِل، وحرية التجاوب معها للمستقبِل".

وتشير ايضاً إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً اجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "انواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي اهم سماته.

ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة الى الاقسام الآتية:

1. شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتـويتر، اليوتيـوب، والمـدونات، ومواقـع الدردشة، والبريد الإلكـتروني... فهـي بالنـسبة للإعـلام، تمثـل المنظومـة الرابعـة تـضاف للمنظومـات الكلاسيكية الثلاث.

2. تطبيقات قائمة على الادوات المحمولـة المختلفـة ومنهـا اجهـزة الهـاتف الذكيـة والمـساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتُعدّ الاجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

3. انـواع قائمـة عـلى منـصة الوسـائل التقليديـة مثـل الراديـو والتلفزيـون "مواقـع التواصـل الاجتماعـي للقنـوات والاذاعـات والـبرامج" التـي اضـيفت اليهـا ميـزات مثـل التفاعليـة والرقميـة والاستجابة للطلب.

ويمكن ان نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصـل الاجتماعـي تـشير إلى حالـة مـن التنـوع في الاشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بـاعلاء حـالات الفرديـةIndividuality والتخـصيص Customization، وتـأتي نتيجـة لميـزة رئيـسة هـي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهـيري والإعـلام واسـع النطـاق وهـو بهـذه الـصفة اعـلام القـرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردي هو اعلام القـرن الجديـد. ومـا ينـتج عـن ذلـك مـن تغيـير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العـادي ايـصال رسـالته إلى مـن يريـد في الوقـت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى الى اسفل وفق النموذج الاتصالي التقليـدي. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

وعند ظهور مواقع التواصل، فإن العرب إجمالا قاموا باسـتخدامه اولا، وقبـل كـل شيء، كأداة للطرح السياسي، وذلك لعدم وجود اعلام محايد او مؤسـسات للمجتمـع المدني او نشاط سياسي في الشارع العربي. ولكن هناك مبالغة في الدور الفعلي لمواقـع

التواصل في تغيير واقع السياسة. وإن دور اعضاء مجموعات فايسبوك او المشاركين هو في غالب الاحيان رمزي، ولا يتعدى حدود الشكليات. لذلك، فإن النشاط السياسي في الانترنت لا يترجم بالضرورة الى تغيير او نشاط سياسي فعلي في الشارع العربي. وبالرغم من النشاط الكبير على الانترنت في مصر، الا ان التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الإعلام الجديد مكملا له، وهذا بسبب الامية التي تعاني منها الشعوب العربية.

وقام الإعلام الجديد بدور ملموس في حشد وتوجيه المتظاهرين، لكنه لم يكن مفصليا في تسيير الاحداث. في مصر، استمرت المظاهرات بشكل كبير بعد قطع خدمات الانترنت. وكذلك، في اليمن، يقتصر عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على عدد صغير، لا يواكب حجم الاحداث في الشارع اليمني. لذلك، فإن حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل اساس عن طريق الإعلام الجديد. ولكن نقطة الاتفاق الرئيسيه هي عن دور الإعلام الجديد في إيصال صوت الشارع العربي الى أنحاء العالم، من دون شك، كان لأفلام يوتيوب "والنشاط التويتري" دور كبير في حشد الاهتمام الدولي لقضايا الاستبداد في بعض دول العالم العربي.

ومن اهم وابرز وسائل التواصل الاجتماعي ما يلي:

الفيس بوك: Facebook

يعتبر الفيس بوك أبرز وأهم وسائل التواصل الاجتماعي خلال العصر الحديث وبداية الالفية الثالثة.. والفيس بوك (بالإنجليزية: Facebook) عبارة عن شبكة اجتماعية وتديره شركة "فيس بوك" شركة مساهمة. فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفًا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

وقد قام مارك زوكربيرغ بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرغ في سكن الجامعة عندما كان طالبًا في جامعة هارفارد. كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيرًا أي شخص يبلغ من العمر 13 عامًا فأكثر. يضم الموقع حاليًا أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم. وقد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران. كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى الفيس بوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية

واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع. كما يواجه موقع الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرغ السابقين الذين يزعمون أن الفيس بوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماتش" (بالإنجليزية: Facemach) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. وقد قام مارك زوكربيرغ بابتكار الفيس ماتش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية. في هذه الأثناء.

وفقاً لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فإن موقع "فيس ماتش" "استخدم صورًا مجمعة من دليل الصور المتاح على الإنترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية". وكي يتمكن زوكربيرغ من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. "إن مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى"، ورد ذلك على لسان زوكربيرغ في مدونته الشخصية. يستطرد زوكربيرغ قائلاً: "ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقةً عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع. على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر.

وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قِبل إدارة جامعة هارفارد. وقد قامت إدارة الجامعة باتهام زوكربيرغ بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة؛ ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر.

مؤسس الفيس بوك

وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام "زوكربيرغ" بتأسيس موقع "الفيس بوك" على النطاق Thefacebook.Com وتحديدًا في 4 يناير من عام 2004.

وقد أدلى زوكربيرغ بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلاً، "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد". "أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط".

كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليدج أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة.

وبعد فترة وجيزة، انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرغ لمساعدته في تطوير الموقع. وفي شهر مارس من عام 2004، فتح الفيس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل.

بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج، وشيئًا فشيئًا أصبح متاحًا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.

وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا. وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق Facebook.Com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي.

كما قام الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، وهو ما أشار إليه زوكربيرغ بالخطوة المنطقية التالية.

فخلال هذه الفترة، كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع. بعد ذلك، أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.

وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عامًا فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إليكتروني صحيح.

وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك عن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرًا دوليًا له.

في ديسمبر 2013، أضاف فيسبوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة "أعجبني"، أيقونة عدم الإعجاب جاءت ضمن مجموعة جديدة من الأيقونات أصدرتها فيسبوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفر لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته.

تلقى موقع فيس بوك أول عرض استثماري بمبلغ 500000 دولار أمريكي في يونيو من عام 2004 من بيتر ثييل أحد مؤسسي شركة "باي بال".

ثم أعقب ذلك الأمر استثمارًا آخر بعد عام واحد بلغ 12.7 مليون دولار من رأس مال مخاطر من شركة "آكسيل بارتنرز"، ثم 27.5 مليون دولار أخرى من شركة "جرايلوك بارتنرز".

وفي أحد بيانات التدفق النقدي التي تم تسريبها، وُجد أنه خلال السنة المالية 2005، تكبد موقع الفيس بوك خسارة صافية تقدر بنحو 3.63 مليون دولار.

ومع بيع موقع التواصل الاجتماعي الشهير "ماي سبيس" إلى شركة "نيوزكورب" في 19 يوليو لعام 2005، انتشرت بعض الشائعات التي تروج لاحتمالية بيع موقع الفيس بوك لإحدى شركات الإعلام الكبرى.

وقد صرح زوكربيرغ بأنه لا يعتزم ذلك، ونفى صحة تلك الشائعات.

وفي 28 مارس من عام 2006، نشرت مجلة "بيزنس ويك" أن المفاوضات جارية بشأن شراء موقع الفيس بوك. وردًا على ذلك، رفض الفيس بوك عرضًا بالبيع يقدر بنحو 750 مليون دولار من مزايد لم يتم الإفصاح عن اسمه، وانتشرت شائعات أخرى بزيادة سعر العرض حتى بلغ 2 مليار دولار.

وفي شهر سبتمبر، 2006، تم عقد مباحثات جادة بين القائمين على إدارة شركة "فيس بوك" و"ياهو" بشأن شراء الفيس بوك مقابل مليار دولار.

وقد صرح ثييل، الذي كان أحد أعضاء مجلس إدارة الفيس بوك آنـذاك، بـأن التقيـيم الـداخلي للموقع قد بلغ حوالي 8 مليار دولار بناءً على الإيرادات المتوقعـة حتـى عـام 2015 بمعـدل 1 مليـار دولار سنويًا، مقارنةً بشراء شركة "فياكوم" لشبكة إم تي في، وهي شركة تخاطب فئـة مـستهدفة مـن الجمهور وفقًا لخصائصه السكانية.

وفي شهر يوليو، 2007، صرح زوكربيرغ بأن مسألة بيع الفيس بوك غير واردة عـلى الإطـلاق لأنـه يود الحفاظ على استقلالية الشركة، حيث أشار قائلاً: "إننا لا نسعى إلى بيع الشركة...كما أننا لا نفكر في الطرح الأولي للاكتتاب العام في أي وقت قريب. فذلك الأمـر لا يمثـل غايتنـا الرئيـسية في الوقـت الراهن".

وفي شهر سبتمبر، 2007، قدمت شركة "مايكروسوفت" عرضًا إلى الفيس بوك بشراء نحـو 5٪ مـن أسهم الشركة بقيمة تتراوح ما بين 300 إلى 500 مليون دولار. وفي الشهر نفسه، أبـدت العديـد مـن الشركات، ومن بينها شركة "جوجل"، اهتمامًا بشراء حصة في الفيس بوك.

في 24 أكتوبر، 2007، أعلنت شركة مايكروسوفت أنها قامت بـشراء حـصة في فـيس بـوك بلغـت 1.6٪ بقيمة 240 مليون دولار، حيث قُدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليـار دولار. وعلى الرغم من ذلك، فإن "مايكروسوفت" قامت بشراء سهم مفـضل يتـضمن حقوقًـا خاصـة مثـل "حقوق التصفية"، وهـو مـا يعنـي أن "مايكروسـوفت" سـتتقاضى مـستحقاتها قبـل حملـة الأسـهم العادية في حالة بيع الشركة. كما أن السهم الذي قامت "مايكروسوفت" بشرائه يخول لهـا الحـق في نشر الإعلانات الدولية على الفيس بوك.

في نوفمبر من عام 2007، قام لي كا شينج مليـاردير هـونج كـونج باسـتثمار 60 مليـون دولار في الفيس بوك.

في أغـسطس مـن عـام 2008، أشـارت مجلـة "بيـزنس ويـك" إلى عمليـات بيـع خاصـة قـام بهـا الموظفون، وكذلك عمليات شراء قامت بها شركات رأس المال المخاطر كانت ولا تزال تتم عند أسعار الأسهم، وهو ما جعل القيمة الإجمالية للشركة تتراوح ما بين 3.75 و5 مليار دولار.

وفي أكتوبر من عام 2008، صرح زوكربيرغ: "لا أعتقد أنه يمكن النظر إلى الشبكات الاجتماعية باعتبارها وسيلة للتربح بالطريقة نفسها التي تتم من خلالها عمليات البحث على الإنترنت... وفي غضون ثلاث سنوات من الآن، علينا أن نفكر في الشكل الذي ينبغي أن يكون عليه النموذج الأمثل للموقع. ولكن لا يمكن القول إن ذلك الأمر يمثل أولى اهتماماتنا في الوقت الراهن.

يمكن لمستخدمي الفيس بوك الانضمام إلى واحدة أو أكثر من الشبكات التي تقوم كل من المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم بتأسيسها. فهذه الشبكات تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها. كما يمكن للمستخدمين أيضًا الاتصال بأصدقائهم مع السماح لهم بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية.

يقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجانًا، ويجني أرباحه من الإعلانات بما في ذلك إعلانات الشعار. يمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور وقوائم الاهتمامات الشخصية، ويمكن تبادل الرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء. وكوضع افتراضي، فإن عرض البيانات التفصيلية للملف الشخصي يكون مقتصرًا على المستخدمين من الشبكة نفسها الواحدة وبعض الاستثناءات المحدودة الأخرى.

وتعتبر شركة "مايكروسوفت" الشريك الحصري للفيس بوك في تقديم خدمة إعلانات الشعار، ويقوم الفيس بوك بطرح الإعلانات التي تتضمنها قائمة الإعلانات الخاصة بشركة "مايكروسوفت" فحسب. ووفقًا لما ذكرته شركة "كومسكور"، إحدى الشركات المتخصصة في بحوث التسويق على الإنترنت، فإن الفيس بوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضاهي ما يتوفر من بيانات لدى شركتي "جوجل و"مايكروسوفت"، ولكن أقل إلى حد ما من شركة "ياهو".

سمات الفيس بوك

عادةً ما تقوم وسائل الإعلام بعقد المقارنات بين موقعي "فيس بوك" و"ماي سبيس"، ولكن يبدو أن أشهر الفروق بين الموقعين هو مستوى التخصيص. فموقع "ماي سبيس" يتيح للمستخدمين تزيين ملفاتهم الشخصية باستخدام لغة (HTML وCss) cascading Style Sheets ، بينما يوفر موقع "فيس بوك" إمكانية استخدام النص العادي فقط.

يتضمن الفيس بوك عددًا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض. **ومن بين هذه السمات:**

سمة Wall أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

سمة Pokes أو النكزة: التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

سمة Photos أو الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

سمة Status أو الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقًا لإعدادات الخصوصية. في يوليو من عام 2007، أتاح الفيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط.

وبمرور الوقت، بدأ الفيس بوك في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع. ففي 6 سبتمبر من عام 2006، تم الإعلان عن:

سمة News Feed أو التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

في بداية الأمر، أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي الفيس بوك؛ حيث شكا البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبّر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية (مثل التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الآخرين).

وردًا على تلك الحالة من الاستياء، قدم زوكربيرغ اعتذارًا عن إخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد. ومنذ ذلك الحين، صارت لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية. فضلاً عن ذلك، فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم ولأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخرًا.

يوفر الفيس بوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي "فوتوباكيت" و"فليكر" الذين يضعان حدًا لعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها. في الماضي، كان عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يقتصر على 60 صورة للألبوم الواحد. وعلى الرغم من ذلك، فقد ذكر بعض المستخدمين أنه يمكنهم إنشاء ألبومات بحد جديد للصور قد يصل إلى 200 صورة. وحتى الوقت الراهن، لم يتمكن أحد من تحديد السبب وراء إمكانية تحميل بعض الأعضاء لعدد يصل إلى 200 صورة للألبوم، في حين لا يمكن للآخرين القيام بذلك.

في 20 يوليو من عام 2008، قدم الفيس بوك إمكانية "Facebook Beta" ـ نسخة تجريبية من الفيس بوك ـ عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات

الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محـددة. كـما تـم دمـج سـمتي "Mini-Feed" و"Wall"، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيمًا. وبعد أن كانت حريـة الانتقـال إلى الإصـدار الجديـد متاحـة للمـستخدمين في بادئ الأمر، فإن الفيس بوك بدأ في إحالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتبارًا من سـبتمبر 2008.

في 11 من شهر ديسمبر لعام 2008، تـم الإعـلان عـن اختبـار الفـيس بـوك لطريقـة جديـدة في تسجيل الدخول بشكل أبسط.

الواتس آّب

في اطار استمرار تعظيم امبراطورية "الفيس بوك" قامت شركة الـ"الفيس بوك" التي أسسها "مارك زوكر بيدج" بشراء تطبيق المراسلات الفورية الاكثر الـ"واتس آّب" في صفقة بلغت قيمتها 19 مليار دولار عام 2014 وينص الاتفاق علي ان تدفع "فيس بوك" مبلغ 4 مليارات دولار نقدا و12 مليار دولار علي شكل أسهم "فيس بوك" وفي اطار الاتفاق انضم "جان بورس كوم" الشاب الاوكراني الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لـ"واتس آّب" الي مجلس ادارة "فيس بوك" ومنحت الشبكة الاجتماعية وحدات أسهم مقيدة بقيمة 3 مليارات دولار لمؤسسي "واتس آّب" بما فيهم "جان كوم".

ومن الطريف ان الاوكراني "جان بورس كوم" مخترع تطبيق "واتس آّب" قد تقدم للعمل في شركة "فيس بوك" مع صديقه بريان اكتون عام 2007 ولكن تم رفضهما، ما دعاه للتفكير مع صديقه في اطلاق تطبيق جيد للدردشة عام 2009 وهو تطبيق "واتس آّب" المجاني، الذي بدأ العمل فيه داخل منزله وعلي المقاهي.

وقد كتب لشركة الـ"الواتس أب" النجاح منذ بداية اطلاقها واقبل عليها مستخدمو شبكة الانترنت بكثرة حيث بلغ عدد المشاركين بعد 5 سنوات الي 450 مليون مشارك وبلغت قيمة التطبيق نحو 6.8 مليار دولار.

وقد نجح "جان كوم" مخترع تطبيق "واتس آّب" في الوصول بطريقة مختلفة وشاقة لشركة الفيس بوك التي رفضت تعيينه لديها بالاضافة الي انه عاني كثيراً في حياته الشخصية والعملية.

مراجع الفصل الخامس

1- خالد صلاح، **"الصحافة الإلكترونية المصرية وعمالقة محركات البحث والسوشيال ميديا"** جريدة اليوم السابع - الثلاثاء، 17 نوفمبر 2015.

2- ايهاب خليفة، **"حروب مواقع التواصل الاجتماعي"** (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع. 2016) ص57،58.

3- رامي عبود، **"ديجيتولوجيا"**(القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2016).

4- محمود علم الدين، حسن عماد مكاوي، **"تكنولوجيا المعلومات والاتصال"** (القاهرة: د.ن: 2000).

5- سمير صبحي: **"الجورنال"** (القاهرة: دار المعارف: 1995).

6- حسني محمد نصر: **"واقع الصحافة الإلكترونية في العالم"** (موقع جريدة الاتحاد، ديسمبر 2003).

7- محمود علم الدين: **"أفاق الواقع ورؤي المستقبل، ورقة مقدمة الي مؤتمر "الصحافة بين المحلية والعالمية"** (القاهرة، 9 سبتمبر 2007).

8- Richard Keeble: "The News Papers-Handbook "London، Routledge، 1994.

9- أبو السعود ابراهيم: **"الانترنت والمهارات الصحفية: دراسة عن تجربة الاهرام واستراتيجية التوعية والإعلام لتعزيز المحتوي الرقمي العربي"** (مجلة الدراسات الإعلامية، مرجع سابق).

10- عبد العزيز بودينة: **"أهمية الوسائل التكنولوجية الحديثة في العملية التعليمية"** مبادرة من منسقية الإجتماعيات. قدمت هذه المقالة في إطار عرض بأكاديمية مراكش تانسيفت الحوز: سنة 2002.

11- الفيس بوك: **"ويكيبيديا"** الموسوعة الحرة.

12- محمود علم الدين واشرف صالح: **"مقدمة في الصحافة"** (القاهرة: مكتبـة جامعـة القـاهرة للنشر،2000).

13- سليمان صالح: **"مقدمة في علم الصحافة"** (القاهرة: دار النشر للجامعات، 1994).

14- عبد العزيز الغنام: **"مدخل في عالم الصحافة"** (دارالنجاح، بيروت، 1972 ص77).

15- رمزي ميخائيل جيد: **"ازمة الديمقراطية مـأزق الـصحافة القوميـة"** (1952-1984) القـاهرة المطبعة الفنية: 1987).

الفصل السادس

الصحافة الإلكترونية والموقع الاخباري الإلكتروني

هناك مجموعة من التحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في العالم العربي من بينها تواضع أعداد مستخدمي الانترنت العربى، والذين تصل أعدادهم إلى 14 مليون مستخدم معظمهم من الشباب علاوة على غياب آليات التمويل في مختلف صورها سواء كان تمويلا ذاتيا أو بصورة إعلانات، حيث أن هناك حالة من انعدام الثقة بين المعلن العربي والانترنت بصفة عامة. بالإضافة الى ان نقص المحتوى العربي على شبكة الانترنت يقف وراء عدم انتشار الصحافة الإلكترونية بصورتها الواضحة

من أبرز الفروق بين "الصحيفة الإلكترونية" و"الموقع الإخباري الإلكتروني" هو طبيعة النشأة، فأصل الصحيفة الإلكترونية أنها نشأت ابتداء بالتحرير علي الورق بالصورة التقليدية كأي صحيفة عادية، لكن القائمين عليها رأوا - لمجاراة لغة العصر- ضرورة وجود نسخة إلكترونية من هذه الصحيفة على الإنترنت، فأنشأوا لها موقعا على الإنترنت. وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية هنا هي نسخة طبق الأصل "كربونية" من الصحيفة التي تصدر بطبعاتها المختلفة ورقيا وتوزع بصورة اعتيادية.

أما الموقع الإخباري الإلكتروني، فقد نشأ ابتداء من خلال الإنترنت، وليس له أصل ورقي، وإنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الافتراضية اللامتناهية المسماة بفضاء الإنترنت وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي .

وليس هذا هو الفرق الوحيد بين النوعين، فما ذكرناه عن طبيعة النشأة، يدفعنا للحديث عن طاقم العمل، وهو هنا بالنسبة للصحيفة الإلكترونية في أغلبه مجموعة من الفنيين الذين ينصب جل اهتمامهم – ان لم يكن كله – على رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني.

أما الموقع الإخباري الإلكتروني، فيختلف فيـه الأمـر تماما عـن الـصورة الـسابقة، ويتـسع فريـق العمل داخله ليشمل مكونـات غرفـة الأخبـار بمـا تحويـه مـن رئـيس تحريـر ومحـررين وصـحفيين ومدققي اللغة والمعلومات ومصنفي المواد، وقسم المالتيميديا الذي يـوفر الـصور المـصاحبة للمـواد المنشورة، وهذا على أقل تقديرز

والجدير بالذكر انه ارتبط مصطلح "الصحافة الإلكترونيـة" في الـوطن العـربي فعليًـا بظهـور أول موقع لصحيفة عربية هي "الشرق الأوسط " على الإنترنت. وذلك في سبتمبر /أيلول عام 1995، تلتها صحيفة النهار اللبنانية في فبراير 1996، ثم صحيفة الحياة اللندنية في يونيو 1996، والسفير اللبنانية في العام نفسه كذلك، وتوالت بعد ذلك أعداد المواقع الإلكترونية على الإنترنت لصحف عربية كثيرة، وكان يقصد بهذا المصطلح قبل التاريخ المذكور استخدام تقنيـات النـشر المكتبـي في إنتـاج وإخـراج الصحيفة الورقية التقليدية، أي استخدام الكمبيـوتر وبعـض الـبرامج المتخصـصة في عمليـات النـشر الورقي الاعتيادي.

وظهر بعد ذلك عدد من المواقع الإخبارية العربية على الإنترنت مثل موقع الجزيرة نت وموقـع العربية نت الأمر الذي دفع باتجاه ضرورة التمييز بـين مـا يطلـق عليـه "صـحيفة إلكترونيـة" وبـين الموقع الإخباري الإلكترونيه، وعدم الخلط بينهما.

وهناك فرق آخر يميز الموقع الإخباري الإلكتروني عـن الـصحيفة الإلكترونيـة، هـو زمـن تحـديث الأخبار، ففي الصحيفة الإلكترونية يرتبط زمـن التحـديث – في الغالـب- بدوريـة صـدور الـصحيفة سواء كانت يومية أم أسبوعية، أما بالنسبة للموقع الإخباري الإلكتروني فهو في صراع مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها أو حال ورودها من المصادر الموثوقة بعد أن تأخذ دورة النشر الاعتيادية وقتها قبل أن تظهر لجمهور المستخدمين.

ولا ننسى أن المواقع الإخبارية الإلكترونية تعمل كذلك عـلى بـث مـا يعـرف بالأخبـار العاجلـة... بصورة تجعلها تتفوق على التلفزيون والإذاعة فيما يتعلق بزمن النشر وذلك قياسا إلى زمن حـدوث الخبر، لأن أنظمة النشر تتيح لتلك المواقع أن تنشر ما يـسمى "الخـبر العاجـل" بمجـرد الانتهـاء مـن كتابته، أو بعبارة أخرى تسمح بكسر دورة إنتاج الخبر العادي، الذي يمر تقريبا بخمسة مراحل قبـل أن يظهر للمستفيد النهائي.

كما أن الموقع الإلكتروني على الإنترنت في هذه الحالة ينشر الأخبار بصورة مكملة لعمل التلفزيون، ويعرض مزيدا من التفاصيل عن الأخبار تكون بيئة الإنترنت ومواصفاتها أقدر على تحمله، عكس الخبر التلفزيوني الذي يكون مقتضبا قدر الإمكان ومحدودا بزمن معين لا يسمح في الغالب بإبراز التفاصيل.

وعلى ذلك فقد ترى خبرا في التلفزيون، ثم تسمع المذيع يحيلك إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالقناة لمعرفة مزيد من التفاصيل أو الخلفيات، وكذلك الحال بالنسبة للإذاعة فيما يتعلق بالمواقع الإخبارية المتعلقة بها، وأوضح مثال على ذلك هو موقع إذاعة البي بي سي العربية على الإنترنت، التي تحيل في الغالب المستمع إلى موقعها لمعرفة المزيد من التفاصيل عن هذا الخبر أو ذاك.

ويختلف الوضع – بالطبع- إذا ما كان الموقع الإلكتروني الذي نشأ في أكناف تلفزيون أو إذاعة ما مقرر له أن يكون مجرد أرشيف إلكتروني لما تعرضه الشاشة التلفزيونية أو تبثه الإذاعة من مواد وبرامج وأخبار، فهنا تكاد تنطبق مواصفات النسخة الكربونية للصحيفة الورقية التي ذكرناها وعرفناها سابقا على هذه الحالة.

الصحفي الرقمي

من أشكال العمل ايضا الصحفي الرقمي استخدام الأدوات الرقمية في إجراء المقابلات والحصول على المعلومات. حيث أن المسنجر والإيميل يستخدمان كإحدى الوسائل الإيجابية لعمل المقابلات **نظرًا لتوفيرهما هذه العناصر:**

1. يوفران الوقت، فلا حاجة بإستخدامهما للبطاقات الهاتفية والإنتظار الطويل ليرد الضيف المكالمة المقبلات الرقمية عملية إذ يمكن للمحرر تجهيز مقدمة كاملة وقائمة بالأسئلة وعند تعاون المصدر يتم قص ولصق إجاباته في التقارير أو بعثها بشكل تام.

2. توفر سجلاً مكتوباً في حال تفنيد المصدر لأي تصريح قاله.

3. تعطي المصدر فرصة للتفكير وصياغة الرد.

ربما تكون وسائل أفضل لمقابلة الأفراد في مختلف المناطق ذات الأوقات المختلفة أو مع الأفراد الذين لا يتحدثون اللغة بشكل جيد ولكن بإستطاعتهم الكتابة بشكل جيد.

ولكن هناك عدد من السلبيات وهي:

1. لا يمكن للمحرر معرفة من الذي قام بالرد. فقد يكون بريد المدراء تحت إشراف مستشاري العلاقات العامة أو أي شخص آخر.

2. لا يتيح الإيميل الفرصة للمحرر لتوجيه أسئلة عفوية أو التعقيب على إجابة المصدر.

3. لابد أن تكون دقيقاً جداً في أسئلتك لأنك غير قادر على طلب تعقيبات وتوضيحات من المصدر مباشرة.

4. يمكن للمصدر نشر نسخ كاملة عن اللقاء عبر الإنترنت بسهولة كما تفعل وقد فعلها البعض عندما لا يشعرون بالرضى عن القصة الصحفية بشكلها المنشور.

5. لا تعتبر وسائل جدية لتدوين ردود الفعل العفوية.... إذ لا يمكنك مشاهدة ردة فعل الشخص الجسدية تجاه السؤال. لا يمكنك سماعه أو سماع تردده ومعاناته لإيجاد الكلمة المناسبة ولا يمكنك النفاذ إلى طرقة تفكيره لأنك لا تحصل إلا على الرد النهائي.

6. ربما توفر لك المقابلة الرقمية تصريحات مفيدة ولكن قد لا تعطيك مقابلة كاشفة.

تصميم صفحات شبكة الانترنت لمواقع الأخبار

إن التركيز الأساسي عند تصميم الحزم متعددة الوسائط ينصب على تحميل موضوع كل حزمة على جميع الصفحات المرتبطة بذلك العنوان على سبيل المثال، إذا كان العنوان "الشرق الأوسط" عندها يجب أن تحوي كل صفحة من هذه الحزمة بعض عناصر التصميم المشتركة، سواء كانت تلك العناصر شعارات أو عنوان رئيسي أو خطوط.. إلخ. هذا الإجراء يكون بشكل واضح كجزء من حزمة أكبر في الشرق الأوسط، ويجب أن يكون للحزمة أيضاً صفات بسيطة ومشتركة بينها وبين جميع أجزائها. ومن المفضل أيضاً أن تتجزأ تلك السمات بفئات أخرى مثل الخطوط الزمنية والمقالات المصورة والخرائط والرسومات والفيديو والتسجيل الصوتي.. إلخ. قد تتكون عناصر كل حزمة بأوساط مختلفة كالوميض أو /الإتش تي إم إل/ أو الرسومات البيانية. ولكن يجب على كل تلك العناصر – على اختلاف مصادرها – أن تبدو متكاملة ومتمازجة مع بعضها البعض ويجب عليها أيضاً أن تشترك بالطوابير البصرية المشتركة.

التصميم البصري (الصوري): يجب على المعلومات أن تأتي كتعريف للتصميم وليس العكس. ويجب على التصميم أن يصور الموضوع بشكل واضح. يجب أن تستخدم المخططات والرسوم البيانية بأكبر قدر ممكن لتسلط الضوء على الجانب الإحصائي للحزمة وبذلك يجعلها أكثر قابلية للفهم والإثارة. بينما يجب على المقالات المصورة أن تصور الجانب المسرحي والدرامي. بالإضافة إلى ذلك يمكن الإستفادة من الخطوط الزمنية لتصوير الجوانب التاريخية.

الألوان: ويحتاج أن يتماشى التصميم النهائي مع الجو العام للعنوان. على سبيل المثال ليست فكرة سديدة أن تستخدم الباستيل حين تصمم شيئاً يتحدث عن الحرب.

الوزن: إن حجم صفحات الإتش تي إم إل والعناصر المتضمنة فيها لازالت تشكل مصدر قلق كبير. وخاصة بالنسبة للبلدان المتطورة، حيث لاتزال المودمات الهاتفية ذات سرعة الإتصال البطيئة لاتزال تستخدم بشكل واسع. لذلك إنها عادة جيدة أن

تتعلم كيف تستخدم الإتش تي إم إل بشكل خلاق ومبدع بدلاً من أن تستخدم الرسومات الـضخمة و أفلام الصور المتحركة و الفيديو أو الجافا سكربت.

التحزيم: هل ستكون حزمة أخبـارك الخاصـة جـزءً مـن خـبر حـالي بحاجـة إلى تجديـد مـستمر كالأوضاع غير المستقرة الحالية في الشرق الأوسط؟ أو هل سـتكون خـبراً كتلـك الأخبـار التـي مـا إن تنجز فإنها سوف لن تكون هناك من حاجة إلى تجديدها ثانية كالأخبار المتعلقة بالألعاب الأولمبية؟ إن الوميض وموجات الإهتزاز وعروض الفيديو هي وسائل قوية ومؤثرة لنقل الأخبار. ولكن الجانب السلبي لها هي أنه لايمكن تعديلها بسهولة. لذلك تجـد أن القيـام بتجديـدها يـصبح أمـراً أصـعب. بالرغم من أن "الإتش تي إم إل" لا يجـذب المـشاهدين بـنفس القـدر إلا أنـه أداة تـصميم وتقـديم للأخبار يستعملها معظم المنتجين لسهولة استخدامها وتجديدها مقارنة مع الوسائل سابقة الذكر.

الوقت: تمـسك بالأساسـيات التاليـة عنـد معالجتـك للأخبـار العاجلـة أو الكـوارث الطبيعيـة أو الحوادث الرئيسية أو نتائج الإنتخابات.. إلخ: احصل على الأخبار بالسرعة القصوى وقدمها لمتابعيـك من الجمهور، لاتجعلهم ينتظرون لساعات أو لأيام الرسومات أو العروض التوضيحية الجادة. احصل على بعض المعلومات على المواقع الإلكترونيـة بـسرعة بحيـث تكمـل بهـا عنـاصر خـبرك، كـالخرائط المحددة للمكان أو الصور أو شرائط الفيديو الأصلية أو المقتطفات السمعية. حين يتسنى لـك وقتـاً إضافياً في غرفة الأخبار اعمل مع رئيس تحريرك للوصول إلى صيغة موحدة تقررون فيها كيف سيتم تقديم هذا الخبر. حالما يتوفر لديك بعض العناصر والمعلومات الأساسية في المكان الذي تتواجد فيه، عندها بإمكانك الحصول على المصممين والمبرمجين والكتاب ومحرري الفديو.. إلخ. ليعملو معاً عـلى بناء وتشكيل تفاصيل الحزم. أغلب البيانات التـي قمـت بتحميلهـا عـلى موقـع الإنترنـت بإمكـانهم استخدامها بعد إعادة صياغتها ثانية.

ابق على تركيزك: ماهو المقدار الأكثر من اللازم؟ يعتمد ذلـك عـلى الموضـوع. ولكـن لاتنقـل للمـشاهدين العديـد مـن العنـاصر بحيـث تفقـد الحزمـة متعـددة الوسـائط

والخبر بحد ذاته تركيزهما على فحوى الخبر الأساسي. تذكر دائماً سواء كنت مراسلاً صحفياً أو رئيس تحرير أو مصمم بأنه يجب عليك التصرف بحس عالي بالمسؤولية تماماً كالعاملين على بوابة إخراج الأخبار. حاول أن تحصر صور المقالات المصورة إلى حد أقل من عشرون صورة – الأمر الذي سيبقي تركيزك عالياً عند تقديم الأخبار المرئية- قدم لمتابعيك كمية قصيرة ومركزة وسريعة الإستيعاب من المعلومات، بحيث تتمم بها القصة الأساسية وليس تقوقها أو تغطيها ككل. لايملك الناس سوى كمية محددة من الوقت، وبتقديمك لهم عدداً كبيراً من المعلومات سيضيقون ذرعاً بها ويتركون مقالتك دون أن يتموا قراءتها. وبالمحصلة ستكون قد هدرت أغلب وقتك سدىً دون فائدة.

مراجع الفصل السادس

1- عبد العزيز بودينة: "**أهمية الوسائل التكنولوجية الحديثة في العملية التعليمية، بمبادرة من منسقية الإجتماعيات**" مرجع سابق.

2- "**الصحافة الإلكترونية.. ويكيبيديا**" الموسوعة الحرة.

3- محمود علم الدين واشرف صالح: "**مقدمة في الصحافة**" (القاهرة: مكتبة جامعة القاهرة للنشر،2000). مرجع سابق.

4- فتحي حسين عامر: "**الخبر الصحفي الإلكتروني**" مرجع سابق.

5- نوال الصفتى: "**أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعى للقضايا السياسية العربية**" مرجع سابق.

6- حنان جنيد: "**تكنولوجيا الاتصال التفاعلى (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعى السياسى لدى طلاب الجامعات المصرية**" مرجع سابق.

7- نجوى عبد السلام: "**أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت**" مرجع سابق.

8- سامي طايع: "**استخدام الإنترنت في العالم العربي، دراسة ميدانية علي عينة من الشباب العربي**" مرجع سابق 68.

9- عصام نصر سليم: "**حدود حرية الرأي في ساحات الحوار العربي عبر الإنترنت**" مرجع سابق.

10- سامي عبد الرؤوف طايع: "**استخدام شبكات المعلومات "الإنترنت"**" مرجع سابق.

الفصل السابع

الاعلام الإلكتروني والاعلام الرقمي

الاعلام الإلكتروني هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية. تعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة الأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الاكتروني الحديث.

مفهوم الاعلام الإلكتروني:

نظرا لحداثة مصطلح الإعلام الإلكتروني فقد اختلف العلماء والخبراء في وضع تعريف محدد له، ولكننا سنركز على تعريف اللجنة العربية للإعلام فتعُرف الإعلام الإلكتروني بأنه: (الخدمات والنماذج الاعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الإتصال الإعلامي آلياً أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون ويشمل الاشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد اعلامية). ويمكن وضع تعريف مختصر للإعلام الإلكتروني (هو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الإفتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وافراد بقدرات وإمكانيات متباينة، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير.

الفرق بين الاعلام الإلكتروني والاعلام الرقمي

الاعلام الإلكتروني:

عرف الدكتور حسنين شفيق في كتابه بعنوان الاعلام الجديد (الاعلام الإلكتروني) هو عبارة عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه اليه فهو يشترك مع الاعلام بشكل عام في الاهداف والمبادئ العامة لكنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجيه جديدة متمثلة في استخدام الحواسيب الالية او الاجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الانترنت وهو يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الاعلام.

الاعلام الرقمي:

فقد عرفها بالاعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب، الفيديو والصوت والنصوص وغيرها وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين اطراف يتبادلون الادوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق اهداف معينة وهو بهذا يشمل كل وسائل الاعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التلفزيون التفاعلي او التلفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في انتاج وبث المضامين الاعلامية.

الاعلام الرقمي (الإلكتروني):

فكلمة رقمي (الكتروني) هي كلمة صغيرة في لفظها لكنها كبيرة في معناها مثل ما بين الشمس في مظهرها والشمس على حقيقتها. ويعتبر اداة من الادوات الإلكترونية الجديدة التي تعتمد على عالم الارقام والذي يعد خلاصة الثورات الثلاثة التي مر بها العالم وهي ثورة المعلومات وثورة الاتصالات وثورة الحاسبات الإلكترونية الذي وضع كافة الوسائل الاتصالية في اطار تكنولوجي واحد وبذلك فالأعلام الرقمي يمثل النقطة الفاصلة بين وسائل الاتصال الحديثة والوسائل التكنولوجية حيث يقوم الاعلام الرقمي على ترجمة المعلومات المختلفة وتخزينها ونقلها في هيئة سلاسل او تشكيلات رمزية تبدا من الصفر والواحد بحيث تشمل

عناصر جرافيكية كالصوت والنصوص والصور الفوتغرافية وغيرها من العناصر الاخرى ومن ابرز اشكاله الانترنت الذي يعد اداة من ادواته الرئيسية.

نستنتج مما سبق ان:

الاعلام الإلكتروني:

عبارة عن نوع جديد من الاعلام يشترك مع الاعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والاهداف، وما يميزه عن الاعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة، ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح الانترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم المواد الاعلامية المختلفة، بطريقة الكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت. والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الاعلامية التي يستقبلها، إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين.

الاعلام الرقمي:

مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسِل والمستقبِل. بحيث تكون جميع الوسائل والادوات المستخدمة في انتاج المحتوى الاعلامي من صحافة واخبار وغيرها من الادوات ومصادر المعلومات هي بشكل رقمي ومخزنه على وسط خزن الإلكتروني وظهور مرحلة التفاعل وتتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها أي أن الفرد يمكن أن يكون رئيسا لتحرير المجلة التي يختارونها، مثل الفيس بوك والمدونات بانوعها والفديوتيكس والتلفزيون الرقمي اي اصبح الجمهور مشارك في وسائل الاعلام بدل من ان يكون متلقي فقط.

نشأة الاعلام الإلكتروني:

كما أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل، فالمذياع لم يلغ الصحيفة والتلفاز لم يلغ المذياع، ولكن الملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدثة يخصم الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط الاستخدامه وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة.

فرض ظهور الإنترنت ومن بعد الإعلام الإلكتروني وسيفرض واقعاً مختلفاً تماماً، إذ أنه لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام السابقة وإنما هو وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته.

ليس هذا وفقط بل يكفي علماً أن عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط وحدها بلغ 45.861.346 مستخدماً يمثلون 13% من تعداد السكان، ونسبة 8.8% من المستخدمين في العالم، وبنسبة تضاعف بلغت 1.296.2%خلال السنوات الثماني الماضية (2000- 2008) و491.4% في العام الأخير فقط، يتضاعف هذا الرقم في ظل ثورة الإنفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال فبث القنوات التلفزيونية على الهاتف المحمول مثل شركة الاتصالات الإماراتية التي بثت عشر قنوات ترفيهية وإخبارية، وكذلك تطوير شبكات المحمول والإنترنت تم تصفح المواقع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول بسرعة وجودة توازي التصفح على الحواسيب، حيث بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة على مستوى العالم ما يفوق أربع مليارات مستخدم.

لم يتوقف التغير على الوسيلة الإعلامية فقط أو كم الجمهور وإنما تعداه لطبيعة هذا الجمهور وموقعه من العملية الإعلامية المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى، إذ تغيرت تماماً عناصر هذه العملية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني وصار بينها نوع من التداخل والتطور النوعي أهمه اختفاء الحدود بين المرسل والمستقبل فأصبح الجمهور هو صانع الرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي والتي مثلت اتجاه كاسح في الإعلام الإلكتروني الغربي.

كل ما سبق وغيره مما يصعب حصره من الأسباب تؤكد أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل، ومن ثم وجب الاهتمام به وآداؤه بالشكل الأمثل، والدليل على ذلك اتجاه كثير من الصحف الغربية والأمريكية تحديدا إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني، وخاصة في ظل الأزمة المالية التي عصفت بالعالم عامي 2008 و2009.

وكشفت دراسة ألمانية حديثة أن الإنترنت أصبح أهم وسيلة إعلام متعددة المهام بالنسبة للشباب، بينما تراجع الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام التقليدية في حياة معظم الشباب بألمانيا. وأظهرت الدراسة التي نشرت نتائجها امس الخميس أن 93% من الشباب في ألمانيا يستخدمون الإنترنت يوميا، كما أشارت الدراسة إلى تزايد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت بالنسبة للشباب. وفي المقابل يطالع 21% فقط من "جيل الشبكة العنكبوتية" الصحف، و6% المجلات.

ورغم أن التليفزيون والإذاعة ما زالا يتم استخدامهما كثيرا، فإن أهميتهما تتراجع أمام الإنترنت، حيث أظهر الاستطلاع أن 57% من الشباب يشاهدون التليفزيون يوميا، بينما يسمع الإذاعة نسبة 42% فقط.

ومن ناحية أخرى كشفت الدراسة أن من أهم الأمور التي يوليها الشباب اهتماما في حياتهم هي الشعور بالأمن والاستقرار الوظيفي والاستمتاع بالحياة الخاصة. وأظهرت الدراسة أن الصداقات الحميمة تمثل أهمية خاصة بالنسبة لـ91% من الشباب، كما يرى 84% منهم أن الحصول على وظيفة آمنة من الأمور المهمة في الحياة. ويحرص 54% من الشباب على تحقيق الأمان المالي من خلال الالتحاق بوظيفة ذات راتب مرتفع، بينما يرى 58% منهم أن توفير وقت كاف للحياة الخاصة أمر مهم بالنسبة لهم.

أجرى الدراسة شبكة التواصل الاجتماعي "في زد". وشملت الدراسة، التي تعتبر الأكبر من نوعها في ألمانيا بحسب بيانات الشبكة، نحو 30 ألف شخص تتراوح أعمارهم بين 14 و29 عاما. وتم إجراء الدراسة، التي استطلعت آراء الشباب عبر الإنترنت، بالتعاون مع شركة "إيكون كيدز أند يوث" الدولية المتخصصة في أبحاث الشباب.

أظهرت دراسة ألمانية أن ثلث مستخدمي الإنترنت من الشباب تعرض مرة على الأقل للتحرش عبر الإنترنت. وان واحدا من بين كل عشرة من مستخدمي الإنترنت تحرش بآخرين يوما ما عبر الإنترنت في حين لا يستبعد واحد من كل خمسة من مستخدمي الإنترنت أن يضايق الآخرين إلكترونيا ذات يوم. شملت الدراسة نحو ألف شخص في سن 14 إلى 20 عاما في ألمانيا. وجاء في الدراسة أن المضايقات الشخصية التي كان يتعرض لها تلاميذ في الفصول المدرسية من قبل تحولت في القرن الحادي والعشرين إلى تحرشات عبر الإنترنت يقوم خلالها الفتيان بالهجوم إلكترونيا على نظرائهم عبر الشبكة العنكبوتية. وكثيرا ما يصاب ضحايا هذه التحرشات باليأس والإحباط والعجز والأرق والصداع.

يشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الاعلام والاتصال، ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام، وهو الإعلام الإلكتروني المقروء والمرئي والمسموع، الذي يعتبر ظاهرة اعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، وبات يشكل نافذة مهمة جداً لنشر المعلومات والحصول عليها.

ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الاعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الاعلام الإلكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الانترنت، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي كـ (تويتر، الفيسبوك) كوسيلة للتواصل بين الناس حيث جعل من الفرد مؤسسة إعلامية ينشر مواده الاعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي.

أصبح الإعلام الإلكتروني محور الحياة المعاصرة له أهميه كبيرة باحتواء قضايا الفكر والثقافة وبات يطلق عليها (ثقافة التكنولوجيا) أو (ثقافة الميديا)، أصبح مستخدموا الانترنت في العالم في تزايد مستمر في ظل ثورة الانفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال فالقنوات التلفزيونية أمكن لها أن تبث برامجها عبر الموبايل؛ وبذلك استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعاً مختلفاً على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي، فهو لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام

التقليدية وإنما هو وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الاعلام، من خلال انتشار المواقـع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الانترنت، بـل إن الـدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعـة ومتعـددة بمـا لا يمكـن حـصره أو التنبؤ بإمكانياته، فالعصر الحالي يعد عصر الإعلام الإلكتروني، إعـلام المـستقبل، والعـالم أجمـع يتجـة اليوم بشكل عام نحو الانترنت وتطبيقاتـه في المجـالات المختلفـة. ويمكـن ان نطلـق مفهـوم الإعـلام الإلكتروني مجازيا على ماسبق ذكـرة. لكـن الاشـمل ولمايحويـه مـن كافـة فنـون الـصحافة والاذاعـة والتلفاز اندمجت في قالب واحد حيث تعقدت التفرقة بينها بشكل هائل فهل تكـون نـشر صـحفي ام اذاعي ام تلفازي وتحت اي مفهوم تندرج لذلك ومـن منطلـق الـشمولية يمكـن ان نقـول اعـلام رقمي يستخدم من قبل اي شخص وفي اي وقت.

خصائص الاعلام الإلكتروني

فرض ظهور الإنترنت واقعاً مختلفاً فى ظل تنامى وتطور الإعلام الإلكتروني، الذى احتوى كل ما سبقه من وسائل إعلامية، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئى والمسموع، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته. ويعتبر الإعلام الإلكتروني المقروء والمرئى والمسموع، ظاهرة إعلامية جديدة، فهو يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، وبات يشكل نافذة مهمة جداً لنشر المعلومات والحصول عليها، وبالتالى ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدى بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني، والذى يسمى بالجيل الشبكى أو جيل الإنترنت. أن "الإعلام الإلكتروني بات قطاعاً قائماً بذاته"، إن "للإعلام الإلكتروني دوراً فعالاً فى تفاعل المجتمع مع ما ينشر من أخبار وما يناقش من قضايا"، لافتاً إلى أن "الإعلام الإلكتروني لعب دوراً بارزاً ساهم بإسقاط كثير من الأنظمة من خلال تحريضه الرأى العام ودفعه للقيام بالتحركات الشعبية والاعتراض عبر وسائل التواصل الاجتماعي".

الإعلام الإلكتروني هو الإعلام الذى يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية فى سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية.

وقد استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعاً مختلفاً على الأصعدة الإعلامية والثقافية والفكرية والسياسية، فهو لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام التقليدية، وإنما وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام من خلال انتشار المواقع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التى تصدر عبر الإنترنت، بل إن الدمج بين كل من هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته: إعلام المستقبل - والعالم يتجه اليوم فى شكل عام نحو الإنترنت وتطبيقاته فى المجالات المختلفة.

هـذا الـرأى قـد لا يتوافـق معـه تماماً إعلاميـون وسياسـيون ومثَقفـون عـلى رغـم مـواكبتهم للتكنولوجيا، إذ يعتبرون أن ظاهرة الإنترنـت التـى تـشمل مواقـع التواصـل الاجتماعـى (فايـسبوك، تويتر، يوتيوب...) واستقطبت الكبار والـصغار وأثـارت فـضولهم فى بـادئ الأمـر، يـساء اسـتخدامها، وأصبحت منبراً يسهّل فكرة التحريض ويُستخدم لإثارة الفتنة ونشر التطرّف.

أثبت الإعلام الإلكتروني أنه أكثر جدوى فى الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، وكثيرا ما يلبى احتياجات قراء الصحف ومشاهدى التلفزيون ومستمعى الإذاعة فى آن واحد، كـما تعـد هـذه الوسيلة الإعلامية ثورة فى مجال التفاعـل مـع الجمهـور، إذ أثبتـت قـدرة هائلـة عـلى تقـديم مـواد تفاعلية لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلا لها حتى فى التواصل المبـاشر بـين الأشـخاص وأظهـر الـرأى و الرأى الآخر، ونمى الحوار الهادف بين كافة المجتمعات مهما اختلفت وجهات النظر بينهما وأصـبحنا نبنى علاقتنا وأحكامنـا عـلى الآخـرين مـن خـلال أفكـارهم و انـسجامهم معنـا بـصرف النظـر عـن الجنسية أو الديانة والعمل على توسيع الأفق بيننا فى التعامل والتسامح الذى دعت إليـه الـديانات السماوية كافة

لهذه الأسباب وغيرها كان محركنا الأساسى لتحقيق رسالته السامية مظلة مهنية وقانونيـة لكافـة الوسائل الإعلامية الإلكترونية والعاملين فيها فى كافة دول العالم.

ويتمتع الإعلام الإلكتروني بمجموعة من الخصائص التي تميزه عـن بقيـة أنـواع الإعـلام الأخـرى وهي:

خاصية التوفر: فالاعلام الإلكتروني متوفر دائما إذ يمكن للاعلامي أو المواطن أن يحـصل عـلى أيـة معلومة تم نـشرها عـلى موقـع الكـتروني أو صـحيفة الكترونيـة دون طلـب الرخـصة لاعطائـه تلـك المعلومة وفي أي وقت كان، ويوفر أرشيفاً إعلامياً إلكترونياً للجميع دون قيود.

خاصية الشمولية: أي التنوع والشمول في المحتوى، إذ كان الإعلامـي في الاعـلام التقليـدي يعـاني من مشكلة عدم وجود فسحة كافية أو مساحة مخصصة لطرح موضوع أو إنجـاز عمـل إعلامـي أو كتابة مقالة في الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية، لكن بفـضل الانترنـت الـذي سـمح بأنـشاء مواقع ومدونات وصحف ومجلات الكترونية.

خاصية المرونة: تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي (مستخدم الانترنـت) إذ يمكـن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت أن يتجـاوز عـدداً مـن المـشكلات الاجرائيـة التـي تعترضه، وكلما إزدادت قدرات الكومبيوتر تزداد مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية، أما على المستوى الإعلامي فتبرز خاصية المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتـيح لـه فرصـة انتقـاء المعلومـات التـي يراهـا جيـدة وصادقة والتمييز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة مـع العلـم أن القـدرة عـلى تزييـف المعلومة قد ازدادت كثيراً مع ظهور الانترنت الذي سهل كثيراً من عمليـات تركيـب الـصور وتعـديل الأصوات وغيرها.

خاصية الانفتاحية: ونسبة كبيرة منه تتسم بالاستقلالية عن المؤسسات الحكومية، وهو نوعـا مـا مجاني وساهم إلى حدود معينة في إضعاف الهيمنة الكبيرة لرأس المال والشركات الكبرى والحكومات على الإعلام في العالم.

خاصية الانسيابية من الرقابة: إذ أعطى الحرية المطلقة وتخطى الحـدود والحـواجز المحليـة والدوليـة وحـدود القـانون والرقابـة المرتكـزة عـلى تقييـد حريـة الاعـلام

والمعتقد والتعبير في معظم بلدان العالم، فهو يتميز بسرعة تغطيـة الاحـداث ونقـل الخـبر بـشفافيه بدون قيود وسهولة التصفح والحصول على المعلومة والبحث عنها، وسمح للفرد من إبداء رأيه دون قلق أو خوف من الملاحقة وللنقد والتعليق على الموضوع الإلكتروني.

خاصية التعددية الثقافية: فالإعلام الإلكتروني يسر موضوع التعبير عن الذات والحوار الحضاري، إذ روج لثقافة احترام الرأي الأخر عن طريق توفير فرص التفاعل والمداخلات المستمرة والتواصل بين الإعلامي والجمهور وبطرق مختلفة، وأعطى فرصة للجمهور من مختلف شرائح المجتمع لأن يكونوا إعلاميين من خلال مساهماتهم وكتاباتهم وتقديمهم البرامج الاعلامية المحترفـة وتبادلهـا فـيما بيـنهم وعدم اقتصارها على النخب..

خاصية التواصلية: ساهم الاعلام الإلكتروني بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة مما كان له بالغ الأثر في تفاعل كل من الجانبين مع الأخر حيث أتاحـت التكنولوجيا الرقمية أداة تمكن الجمهور من التعبير عن رأيه حول المادة المقدمـة مـن حيـث تبـادل التعليقات وتشكيل شبكة للاتصالات والتواصل التجمع بـين الكثـير مـن التوجهـات وتنميـة الحـوار الهادف والتعود على تقبل الآخر مهما اختلفت وجهات النظر.

خاصية التطور السريع: ان الاعلام الإلكتروني يتطور بشكل سريع ومتواصل وأصبح ظاهرة عالمية لا يمكن الاستغناء عنها بحيث اصبح الاداة الاساسـية في تـسيير الاقتـصاد الرأسـمالي المعـولم والادارة الحكومية وذلك بفضل الانترنت الذي يعتـبر وسـيلته الاساسـية، فالاحـصائيات والدراسـات العالميـة تشير إلى ان استخدام الانترنت في العالم يتزايد بشكل كبير جدا، ويتطور بشكل سريع ومتواصل.

خاصية البناء الثقافي: إذ يساهم في انتـشار الثقافـة الإلكترونيـة بـين أفـراد المجتمـع وخاصـة في مجال التعليم الإلكتروني (والحقيبة الإلكترونيـة للطالـب، وزيـادة اسـتخدام التـسويق الإلكـتروني أو التجارة الإلكتروني و هي عملية ترويج الأعمال والبيع للعملاء من خلال استخدام الانترنت، بالاضافة إلى ارتفاع أعداد مستخدمي الانترنت بشكل عام وانخفاض تكلفـة أسـعار النـشر الإلكـتروني مقارنـة بأسعار النشر الورقي.

خاصية المستقبلية: انه اعلام المستقبل، بإعتماده على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه، فأنتشار أجهزة النشر الإلكتروني ووسائل الإتصال الإلكترونية المحمولة في كف اليد والتي يستطيع حاملها الدخول على الانترنت ومطالعة موقعه الإلكتروني المفضل أو قراءة صحيفته المفضلة من أي مكان وفي أي زمان، وكل ذلك يصاحبه استمرارية انخفاض أسعار هذه الأجهزة

خاصية التفاعلية: سرعة استجابة الجمهور وسهولة مناقشة الحدث او الموضوع إذ أدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع محتوى الاعلام ومكّن الجمهور من أن يتفاعل مع المادة الإعلامية من خلال النص المكتوب والصوت والصورة والفيديو وحفظ نسخة من النص وسهولة الرجوع للنص في أي وقت أو إرسالها لشخص آخر، أو التعليق على الخبر أو المقال وقراءة تعليقات وآراء الآخرين على الموضوع.

خاصية التحديث: إذ يتم تحديث وتجديد الأخبار والمواد الاعلامية بإستمرار دون مواعيد ثابتة، فالمحتوى الإعلامي الإلكتروني يتمتع بالسبق والقدرة على التفاعل واستخدام الصورة ومقاطع الفيديو، والخلفيات والمعلومات الأساسية والتحليلات ومقالات الرأي ذات العلاقة، مما يضفي تفاعلا حقيقياً مع المواد الإعلامية

نظرية الاعلام الإلكتروني:

إن الاسس النظرية للإعلام الإلكتروني مبنية على النظرية التي صاغها الفيلسوف الألماني المعاصر يورغن هابرماس والتي تسمى بنظرية المجال العام. حيث كثرت الحوارات والمناقشات العلمية حول مفهوم المجال العام منذ أن قام هابرماس بنشر كتابه التحول البنائي للمجال العام، عام 1989.

وكان قد سبق نشر هذا الكتاب باللغة الألمانية عام 1961، ولكن ذيوع المفهوم وإنتشاره ارتبط بالترجمة الإنجليزية التي صدرت عام 1989، وأصبح مصطلح المجال العام مفهوماً مركزياً في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة. إذ يشرح النظرية كيف أن وسائل الإعلام نقلت النقاش من المجال العام إلى المجال الخاص تتم فيه صناعة منتج إعلامي قادر على إختراق العقول وإيهامها وإبعادها عن الحقائق، كما أكد فيها أن وسائل الاعلام الإلكتروني تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيرا كبيرا في القضايا العامة وتؤثر على النخبة والنخبة الحاكمة والجمهور مما يعني أن ثقافة الانترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها وهي في إزدياد مطرد على العكس من قراء الصحف والكتب لاعتبارات عدة، إذ تشير الاحصائيات التي جرت مؤخرا بأن أكثر من 80% من فئة الشباب يفضلون التعامل مع الإعلام الإلكتروني، لأنه يتيح لهم إمكانيات تفاعلية عديدة مثل الدردشة والتعليق بسرعة والتزامنية الشديدة، مما يؤكد بأن المستقبل للإعلام الإلكتروني.

طور هابرماس مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية حيث يستطيع المواطنون أن يتبادلوا الآراء بطرق تهم المجتمع كله وهو ما يؤدي إلى تشكيل الرأي العام، حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لكي يناقشوا القضايا الاعلامية والسياسية المشتركة. وتحاول النظرية أن تشرح الأسس الاجتماعية للديموقراطية من خلال النظر إلى المنظمات محددة الهوية والقائمة على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع المدني كمنظمات قادرة على تطوير خطاب نقدي فعال يستطيع التقريب بين وجهات النظر المتعارضة. وقد دعم الانترنت فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذي يجمع أفراد الرأي العام ويدخلهم في حالة حوار حول القضايا التي يهتمون بها ويتأسس هذا النوع من النقاش على

فكرة التفاعلية التي تفوق بها الانترنت على وسائل الاعلام التقليدية فالانترنت دعم مفهوم دمقرطة وسائل الإنتاج الإعلامي ويُسر فكرة المشاركة بين مجموعة من الأفراد في مساحة تتيح لهم تبادل الرأي والمعلومات حول القضايا الخلافية وتقريب وجهات النظر بينهم فساحات النقاش والمنتديات والمجموعات البريدية كلها أشكال اتصال تكنولوجية أوجدها الانترنت فدعم من خلالها عملية الاتصال بين الجماعات وتشمل أجندة الاهتمامات التي يتم الاتصال حولها بكل ما يتعلق بشؤون الحياة اليومية والثقافة بكافة أشكالها.

يؤكد هابرماس على الدور الكبير لوسائل الاعلام في المجال العام، إذ تقوم وسائل الإعلام (كمجالات عامة) بدور مزدوج، فهي تقوم بأتاحة الفرصة للأفراد للتعبير عن الرأي والحوار، لكنها أيضا تنقل رأي السلطة وتوجهاتها للمواطنين. أن دور وسائل الاعلام التقليدية (التلفزيون، الاذاعة، الصحف، المجلات) في الديمقراطية الحديثة قل، وقد أثيرت تساؤلات هامة حول قدرتها كمواقع للنقد الإعلامي أو الجدال المنطقي، إن الديمقراطية أصبحت الأيدولوجية السائدة في الحياة الاعلامية الحديثة ومع ذلك فالفجوات بين الأيدولوجية والممارسة ظاهرة لان دور وسائل الإتصال الجماهيرية في دعم النماذج الديمقراطية لم تلغ وجود المراكز القديمة للمجال العام، لكنها لم تعد أماكن للنقد السياسي أو الجدال المنطقي. فمثلا التليفزيون يبعد الأفراد عن بعضهم فالجدال العام في التليفزيون والصحف ينتج القليل من الجدال المنطقي الإنتقادي حسب نظرية هابرماس. وبدلا من إعداد تقارير عن السياسات فإن وسائل الاعلام أصبحت مشاركا فعالاً في العملية السياسية من خلال دورها في الانتشار ... وأصبحت هامة للحياة السياسية والسياسيين. فالأحداث التي يتم تناولها في التليفزيون يمكن أن تحدث قدراً من التأثير التليفزيوني فالمجادلات والمناظرات التليفزيونية تسمح لوجهات النظر المختلفة أن تتصادم فيحدث التأثير لكن يبقى دور التليفزيون في تشكيل الارادة العامة أو الراي العام دور بسيط، فاختيار الموضوعات في التليفزيون يعكس نفوذ المعلنين حتى أن برامج الجمهور في التليفزيون التي تقدم منتدى للجماعات المهمشة تحكمها بعض القيود رغم أن هذه البرامج يمكن أن تقدم فرص للمواطنين للمشاركة خاصة المواطنين الذين يشعرون بأن حقوقهم الديمقراطية مفقودة.

بالنسبة للصحافة فإنها كمهنة يمكن أن تلعب دوراً في حفظ المجال العام إلا أن ما يحد هذه القدرة هو الاتجاهات التجارية التي تسيطر على الصحافة ووسائل الاعلام والتي تهدد التوازن داخل هذه الوسائل بين الاهتمامات العامة للدولة والمواطنين وبين مصالح المعلنين

نقد نظرية المجال العام

إن نظرية المجال العام تنطبق على فترات معينة في التـاريخ الأوروبي فقـط وبظهـور التناقـضات الاجتماعية في هـذه النظريـة فـان الحـوار يفقـد سـمة المناقـشة والعقلانيـة الخاليـة مـن الـسيادة والسلطة مما يسبب اختراقا بين الدولة والمجتمع بشكل متزايد، كمفهوم يحتاج أن يتم فهمه كوضع بنائي مما يتطلب إعادة النظر في فكرة هابرماس للمجال العام كي تتضمن جماعـات اجتماعيـة أكـثر مـما يـسمح بتأكيـد الـصراع الاجتماعـي الـذي يكـون موجـوداً في المجـال العـام، وعـلى الـرغم مـن الانتقادات السابقة وغيرهـا الا أن هابرمـاس بدراسـته حـول التحـول البنـائي في المجـال العـام قـدم مفهوما جديداً داخـل العلـم الاجتماعـي بتخصـصاته مـما دفـع العديـد مـن البـاحثين والـسياسيين والعلماء بالاشتغال بهذا المفهوم الجديد.

سمات الإعلام الإلكتروني:

يتسم الإعلام الإلكتروني بعدد من السمات أهمها:

سرعة انتشار المعلومات:

ووصولها إلى أكبر شريحة وفي أوسع مجتمع محلي ودولي وفي أسرع وقت وأقل تكاليف والنقـل الفوري للأخبار والأحداث والوقائع ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعـديل وتحـديث وتجديد الأخبار والنصوص الإلكترونية في أي وقت، مما جعله ينافس الوسائل الاعلامية التقليدية.

توفير الوقت والجهد والمال:

فالإعلام الإلكتروني لايحتاج إلى مقـر واحـد ثابـت يحـوى كـل الكـادر الإعلامـي لأنـه يبـث عـبر الانترنت فهو لايحتاج إلى توفير المباني والمطـابع والـورق ومـستلزمات الطباعـة ومتطلبـات التوزيـع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعـمال، مـما يقلـل ذلـك مـن حجـم التكـاليف المالية مقارنة بالاعلام التقليدي. وغالبا ما يعتمد الإعلام الإلكتروني على التمويل من خلال الاعلانات.

ويوفر أرشيف وقاعدة معلوماتية للإعلامي في كل وقت: إذ يوفر الاعلام الإلكتروني فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن يبحث عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر اسم الموضوع.

فرض الإعلام الإلكتروني واقعاً مهنياً جديداً:

فيما يتعلق بالإعلاميين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الإعلامي المعاصر أن يكون ملما بالامكانيات التقنية وبشروط الكتابة للانترنت وللصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الكومبيوتر.

إتاحة الفرصة للشباب:

وشرائح المجتمع كافة للمساهمة بابداعاتهم وهواياتهم

توسيع دائرة التنافس الإعلامي:

بين المواقع والمنتديات والصحف والمجلات الإلكترونية المختلفة من خلال ماتقدمه من مقالات وبرامج تعليقات تميز أحدها عن الأخرى.

العقبات التي تواجه تطور وانتشار الإعلام الإلكتروني:

رغم الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الإلكتروني إلا أن هناك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجه الإعلام الإلكتروني وتحد من تطوره وانتشاره **ومن أهمها:**

ندرة الإعلامي الإلكتروني:

المزود بالمهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام الإلكتروني بشكل محترف.

المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية:

إذ ترجح الكفة دوما إلى صالح المواقع الأكثر تطوراً من الناحية التقنية والأكبر حجما على مستوى المضمون مما قد تساهم هذه المنافسة في التخفيف من طموح وسائل الاعلام في إحتلال جزء كبير على الانترنت.

صعوبات الحصول على التمويل:

إذ يعاني الإعلام الإلكتروني من صعوبات مادية تتعلق بتمويله وتسديد مصاريفه، وإن عدم توفر دخل من قبل المواقع الإعلامية الإلكترونية يؤثر في عملية تمويله، فأغلب المواقع الإلكترونية قائمه على الاعلانات لتحقيق الربح ولكن أغلب المؤسسات والشركات لاتؤمن بالإعلانات على المواقع الإلكترونية وتشعر بعدم الثقة في الإعلام الإلكتروني.

غياب التخطيط للإعلام الإلكتروني:

نوعاً ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.

عدم توفر الامكانيات التقنية في بعض الدول:

مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني.

الحاجة إلى السرعة في البث الإلكتروني:

والسرعة سلاح ذو حدين، قد تحمل المؤسسة أو الجهة المسؤولة عن الموقع الإلكتروني إلى النجاح أو قد تدفعه إلى الخسارة.

إنعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني:

وعدم خضوعه للرقابة ... وذلك أدى إلى الإساءة في استخدام تقنية الإعلام الإلكتروني وإستغلالها لعرض مواد مشبوهة ومخالفة للقوانين وايضًا مخالفه للعادات والتقاليد الاجتماعية.

صعوبة التحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات: التي تحويها بعض المواقع الإلكترونية في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي. فليست كل المواقع والمدونات الإلكترونية مصدراً للمعلومة، كما أنها يمكن أن تضعف من قوة وسائل الاعلام الحرفية، وأن تتسبب في ضعف أسلوب الكتابة واندثار أخلاقيات الكلمة.

انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة:

من خلال الانترنت وظهور الأجيال الحديثة من أجهزة الكومبيوتر المتطورة القادرة على تغيير شكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور.

الفروق الهامة بين الاعلام الإلكتروني وبين الاعلام التقليدي:

المساحة الجغرافية:

يمكن للموقع الاعلامي أن يصل - عن طريق الانترنت – إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جدّا من وسائل الاعلام التقليدية التي تكون مقيدة – في أغلب الاحيان – بحدود جغرافية محددة. وحتى إذا تمكنت بعض وسائل الاعلام التقليدية من تجاوز "محليتها" فإنها لاتضمن نشر رسائلها الاعلامية إلا على عدد محدود من المتلقين في العالم، لذلك تسعى غالبية الوسائل الاعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة الكترونية لها في الانترنت.

عامل الكلفة:

يبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة، وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي إلكتروني من حيث أنه يوفر على صاحب جريدة ما جزءا من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة ويضمن له في الوقت نفسه عددا أكبر من القراء، ولكن هناك إشكالية تعترضنا في هذا المجال، حيث يمكن لمدير الصحيفة من تغطية ميزانية الجريدة من خلال النسخة الورقية، ويمكن أن يغطي جزءا آخر من الميزانية من مردودية الاشهارات، وهذا ما يختلف عند الحديث عن تأسيس موقع إلكتروني للصحيفة من ناحية المردودية.

وهنا نلاحظ عامل الكلفة بالنسبة للصحيفة، فالصحيفة الناجحة تحاول أن توافق بين إصدار أعداد ورقية، وفي نفس الوقت تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الانترنت.

عنصر التفاعلية:

إن أحد أهم الفروق التي تميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية، بل وتميز الاعلام الجديد عن الاعلام التقليدي القديم، هي ميزة التفاعل، والذي يكون في

بعض الاحيان مباشرًا، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانيـة التحـاور المبـاشر مـع مـصممي الموقـع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحـوار بـين المـستخدمين، والمحادثة "Chating" حـول مواضـيع يتناولهـا الموقـع، أو يطرحهـا زوار ومـستخدمو الموقـع وكـذلك القوائم البريدية.

كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليهـا، وإرسـالها وتبادلهـا عـبر البريد الإلكتروني.

وأهـم خاصـية أتاحتهـا الانترنـت في هـذا المجـال هـي عمليـة التفـصيل الشخـصي للمعلومـات "Personnalisée"، وينتج عن هذه الخاصية إتاحة الامكانية لزائر الموقع لإختيار المواضيع، أو المقـالات الإخبارية، أو خدمات يرغب المستخدم في الحصول عليها بشكل مسبق، وفي جميع الاحوال، لاينبغي الظهور هذا النوع الجديد من الاعلام بكل مـا يمتلـك مـن خـصائص مهمـة، أن يحجـب عنـا بعـض الاشكاليات والمساوئ التي يحتمـل أن ترافـق الاعـلام الإلكـتروني، حيـث تطـورت تقنيـات التزييـف بشكل كبير، وخاصة مع ظهور الاجيال الحديثة من الحواسـيب المتطـورة القـادرة عـلى تغـير شـكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور، كما أن ترويج هذا النوع مـن "الاخبـار" الزائفـة أصـبح أكـثر سهولة من خلال الانترنت.

بعض أشكال الإعلام الإلكتروني:

المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت

- الصحافة الإلكترونية:

خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، وحزم النشر الصحفي.

- الإذاعة الإلكترونية والتليفزيون الإلكتروني:

خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التليفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتليفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.

خدمات الأرشيف الإلكتروني

- الإعلانات الإلكترونية:

خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.

- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية ومعرفية وترفيهية.

- المدونات: (Blogs).

- خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل:

البث الحي على الهاتف الجوال.

بث الرسائل الإعلامية القصيرة وغيرهما.

بث خدمات الأخبار العاجلة.

الاطار القانوني للاعلام الإلكتروني في مصر:

قواعد جديدة غير مسبوقة فى التاريخ الدستورى والتشريعى المصرى قد تم وضعها فى الدستور المصري الجديد الذي تم اقراره عام 2014 عقب ثورة 30 يونيو وهي خاصة بالصحافة الإلكترونية ومواقعها، وأبرزها: أن حلم إصدار الصحف بمجرد الإخطار، والذى طالت المطالبة به فى مصر خلال الأعوام الستين الأخيرة، قد تحقق أخيراً، حيث جعلت المادة 70 للمصريين كافة من أشخاص طبيعية أو اعتبارية، عامة أو خاصة، حق ملكية وإصدار الصحف وإنشاء وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ووسائط الإعلام الرقمى.. كما أقر الدستور للمرة الأولى الأشكال الجديدة للصحافة والإعلام وأعطى لها المشروعية الدستورية، وعلى رأسها الصحافة الإلكترونية والإعلام الإلكتروني والرقمى، ومنحها حق الوجود والتنظيم القانونى.

فقد جاء نص المادة 70 تقول: "حرية الصحافة والطباعة والنشر الورقى والمرئى والمسموع والإلكتروني مكفولة، وللمصريين من أشخاص طبيعية أو اعتبارية عامة أو خاصة، حق ملكية وإصدار الصحف وإنشاء وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ووسائط الإعلام الرقمى.

وتصدر الصحف بمجرد الإخطار على النحو الذى ينظمه القانون، وينظم القانون إجراءات إنشاء وتملك محطات البث الإذاعى والمرئى والصحف الإلكترونية".

ولقد عرفت مسيرة التقنين الإعلامي في المنطقة العربية ثلاث محطات أساسية، أشرت لبعض عناصرها في السابق، **لكن لا بأس من إعادة التأكيد عليها من جديد وباختصار على النحو الآتي:**

- **اللحظة الأولى:**

ترتبط بالتحولات ذات النفحة الليبرالية، عندما بدأ بعض رياح التغيير الديمقراطي يتسلَّل نحو المنطقة بعد حرب الخليج الثانية أو قبلها بقليل، فقد ظهرت آنذاك قوانين لتنظيم الإعلام بقصد مواكبة التحوُّل على المستوى الدولي. وأشير هنا إلى القانون التونسي الجديد 1989، والقانون الجزائري لعام 1990، والموريتاني لسنة 1991، والقانون المصري لعام 1996. هذه الموجة من التشريعات اهتمت بالإعلام المكتوب، وغضَّت الطرف عن الإعلام الإلكتروني؛ لأنه لم ينتشر بعد، وحتى إنْ وُجِد بعض إرهاصاته، فهو ليس إلا إعلامًا مكتوبًا تحوَّلت نسخه الورقية إلى نسخ إلكترونية، كانت صحيفة الشرق الأوسط أول تجربة عربية في هذا المجال في العام 1995، تلتها صحف أخرى.

- **اللحظة الثانية:**

وهي لحظة التقنين الخجول للإعلام الإلكتروني في صلب قانون الإعلام التقليدي، مع وضع ضوابط لهذا الإعلام بالإحالة على قوانين الجرائم الإلكترونية. لقد تم ذلك في سياق تداعيات أحداث 11 سبتمبر والتأثُّر بمضامين اتفاقية بودابست حول الجرائم الإلكترونية، والقانون النموذجي العربي الموحَّد والاتفاقية العربية لمكافحة الجرائم الإلكترونية...إلخ.

- **اللحظة الثالثة:**

جاءت بعد ثورات الربيع العربي؛ حيث لاحظنا كيف أن بعض الدول تؤكد على حرية التعبير عبر الإعلام الإلكتروني، وتشير إلى ذلك في دساتيرها الجديدة؛ مُشدِّدة على حمايتها من خلال وسائل الاتصال والإعلام الإلكتروني. وفي هذه اللحظة تم الاهتمام بتخصيص قانون لتنظيم الصحافة الإلكترونية بالإشارة إلى بعض أُسُسه ومبادئه العامة في الدستور، وفيما بعد في التنظيم القانوني العادي للإعلام، مع تخصيص باب ضمن هذا القانون خاص بالإعلام الإلكتروني.

هكذا يمكن اعتبار بداية الألفية الثالثة لحظة جوهرية في عمقها؛ حيث تنامى الاهتمام بتقنين فضاء الشبكة العنكبوتية في المجال العربي، ومعالجة ما قد يُرْتَكَبُ بواسطة تكنولوجيا الإعلام الحديثة من مخالفات، كما هو الشأن فيما يتعلق بالصحافة الورقية والإعلام السمعي البصري؛ فانحصر اهتمام المُشَرِّع بها على ما قد يُلْحِقُهُ الاستخدامُ السيِّئُ لها من أضرارٍ فحمَّلَها مسؤوليةَ ما قد يُصيبُ الأفرادَ، والهيئات والدولة وسائر المؤسسات. من أجل ذلك وُضِعَت قوانين انصرف اهتمامها، ليس فقط إلى تنظيم مهنة الإعلام الإلكتروني، وكيفية تأسيس المقاولات الإعلامية الإلكترونية، ولمن يُقَدَّم التصريح أو طلب الترخيص حسب الحالات، ومن هو الصحفي الإلكتروني؟ وكيف يتم تصحيح الخبر الكاذب والعاري من الصحة في الصحافة الإلكترونية؟ وهل هو مشمول بأحكام الصحافة الورقية أم أن هناك اختلافًا بشأنِ ما يحكُمُ الوسيلتين؟ وإنما انصرف اهتمامها إلى الاستخدامات السيئة لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإرهاب، والدعارة، والدعوة إلى الكراهية، والتمييز العنصري والديني والحثِّ على الحروب، والإشادة بها، وتخريب المواقع، وسرقة محتوياتها، أو الدخول إليها لإحداث تغييرات فيها، واهتمت أكثر بدعارة الأطفال، والمساس بالنظام العام... إلخ.

إن القضايا المشار إليها تُؤَسِّس لظهور قانون دولي للإنترنت، كما تُؤَسِّس لظهور قانون إقليمي عربي لتنظيم هذا "الوحش الإلكتروني"، كيف تم ذلك التنظيم؟ وما الآليات القانونية التي عَبْرَها وبواسطتها تم التأسيس له؟ كيف واكبت الدول العربية هذا التطور الذي يجري على الساحة العالمية من أجل تقنين دولي للإعلام الإلكتروني؟ وهل يمكن الحديث عن قانون عربي إقليمي للإعلام الإلكتروني على غرار القانون الدولي؟

وإذا نظرنا الي الاطار القانوني للاعلام الإلكتروني في مصر سنجد أن هناك جهودًا كثيرة، بُذِلَت قبل الثورة وبعدها، من أجل النصِّ دستوريًّا على تقنين الإعلام الإلكتروني، ويرجع الفضل في هذه الجهود إلى الدور الذي لعبه الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية منذ مارس/آذار 2010؛ أي: قبل الثورة. فمنذ ذاك التاريخ شدَّد الاتحاد على وضع ميثاق شرف مهني للعاملين في مجال الإعلام الإلكتروني على الصعيد العربي، وضمنهم الصحفيون الإلكترونيون المصريون، ويمكن أن نضيف إلى ذلك، الجهود والدور الذي

لعبته نقابة الصحفيين الإلكترونيين منذ 2011. إذا كانت هذه الجهود قد ساعدت على ضرورة إدراج تنظيم النشر الإلكتروني في متن النص الدستوري، فإن بعضها أسهم أيضًا في وضع الأفكار المُؤَطِّرة لقانون الصحافة الإلكترونية، وضمنها مواقع التواصل الاجتماعي التي لعبت دورًا مهمًّا في إنجاح الثورة، وتكثيف الاتصال بين شبابها في مختلف الدول العربية التي مرَّت بحالة الحراك.

وقد لوحظ في مصر كيف عملت مثلًا نقابة الصحفيين الإلكترونيين، التي وُلدت من رحم الثورة، على وضع مسوَّدة مشروع قانون، عُرض على المجلس العسكري في "مؤتمر الإعلام والتحدي والريادة"، الذي عُقِد في 8 يونيو 2011 وصدرت عنه توصية تُشدِّد على واجب تنظيم نشاط النشر الإلكتروني، كما شدَّدت على ضرورة حماية المجتمع من الممارسات الخاطئة.

وأكدت على حقوق وواجبات العاملين في مجال النشر الإلكتروني، وضمان حماية المِلكية الفكرية الإلكترونية للأشخاص، وحفظ حق المجتمع.

ونظرًا لحصول تطورات سياسية لاسيما بعد إجراء الانتخابات البرلمانية، تم سحب ذاك القانون من البرلمان من طرف النقابة مخافة إفراغه من محتواه التقدمي بفعل التعديلات التي ستُدخلها عليه الأغلبية البرلمانية (الإخوان والسلفيون). على الرغم من أن الانتخابات التشريعية كانت نزيهة، وتم الاحتكام بشكل ديمقراطي إلى صناديق الاقتراع، كان هناك تخوف من أن يتم التضييق على هامش حرية الإعلام الإلكتروني.

ومن بين البنود التي طالها التغيير المادة 48 من دستور 2011، وكان الهدف من ذلك وضع أساس دستوري يتم بموجبه التمييز بين مختلف وسائل الإعلامية صحافة مكتوبة وإعلام سمعي بصري وإعلام إلكتروني. وهكذا، فإن المادة 70 من الدستور، الذي تم إقراره في يناير 2014 عبر استفتاء شعبي، تنص على: "حرية الصحافة والطباعة والنشر الورقي والمرئي والمسموع والإلكتروني مكفولة للمصريين، من أشخاص (شخصيات) طبيعية أو اعتبارية عامة أو خاصة، وحق ملكية وإصدار الصحف، وإنشاء وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ووسائط الإعلام

الرقمي، وتَصدُرُ الصحف بمجرد الإخطار على النحو الذي ينظِّمه القانون. وينظِّم القـانون إجـراءات إنشاء وتملُّك محطات البث الإذاعي والمرئي والصحف الإلكترونية.

ويتضح أن النص وضع المبادئ الكبرى التي تحكم تنظيم الإعـلام الإلكـتروني بمـا في ذلـك مـسألة الإخطار عوض الترخـيص، وهـذا أمـر مهـم جـدًّا في إقـرار حريـة الإعـلام الإلكـتروني. كـما سـعى إلى استعراض أنواع وسائل الإعلام وتصنيفها وحـصرها، وأكَّـد عـلى ضرورة إخـراج قـانون يـنظِّم إصـدار الصحف الإلكترونية وتملكها.

وإذا كان ذلك هو مسار تجربة التنظيم القانوني للإعلام الإلكتروني في مـصر، فـإن هنـاك تجـارب عربية لها دلالتها في هذا المقام وهناك تجارب اخري في دول عربيـة مثـل المغـرب والجزائـر والاردن والكويت سوف نتناولها لاحقا.

تنظيم الإعلام الإلكتروني في بعض الدول العربية

واكبت الدول العربية عن كثب التحوُّلات العميقة التي يمر بها القانون الدولي للإعلام التقليدي وقصوره عن تنظيم الإعلام الإلكتروني، كما واكبت النقاشات الدولية المتعلقة بضرورة إيجاد قواعد قانونية تنظِّم تكنولوجيا الإعلام الحديثة، وحيث إن المجموعة العربية قد مَسَّها مالحق بمعظم دول العالم من أضرار ناتجة عن الجرائم والمخالفات المرتكبة بواسطة وسائل الإعلام والاتصال الإلكتروني، وبالخصوص الإنترنت، فإنها قد لجأت إلى وضع قواعد قانونية إقليمية ذات طابع دولي لمحاصرة هذه الجرائم والمخالفات والخروقات، وحصرت ذلك في تقنين أسمته بـ"القانون العربي النموذجي الموحَّد". في 2004، وأعيد سَنُّ مضامينه في القوانين العربية الخاصة بمكافحة الجرائم الإلكترونية. كما تجدر الإشارة إلى اهتمام وثيقة البث الإذاعي والتلفازي العربية، الصادرة في 2008 عن مؤتمر وزراء الإعلام العرب، بوضع بعض أُسس قانون عربي للإعلام، وفيها إشارات لتنظيم وسائل الإعلام الإلكتروني، وإرساء بعض قواعد القانون العربي للإعلام الإلكتروني، وسوف تُتَوَّج هذه الإرهاصات بإصدار اتفاقية جديدة مكمِّلة، تُشدِّد على بعض قواعد هذا القانون، وهي اتفاقية "الجريمة الإلكترونية العربية"، التي ستكون متأثِّرة باتفاقية بودابست والتشريعات العربية الداخلية الخاصة بالجرائم الإلكترونية. وقد شدَّدت هذه القوانين على الجرائم الإلكترونية، وضمنها الجرائم المرتبطة بالإعلام الإلكتروني؛ ففي بعض الدول العربية أُدْرِجَت ضمن القانون الجنائي التقليدي، وخَصَّصت لها دول أخرى إطارًا قانونيًّا خاصًّا بها للاحتفاظ بها كقواعد قانونية مستقلة عن القانون الجنائي.

لقد حدثت تطوُّرات مسَّت الإطار القانوني للإعلام والاتصال الإلكتروني أثناء وبعد ثورات الربيع العربي، تعود في مجملها إلى تنامي تأثير الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام العربي. وقد رافق ذلك جدل واسع حول مدى مواكبة البحث العلمي الأكاديمي واستيعابه لتطورات هذا الحقل المعرفي الذي يمر بتحولات سريعة. لكن ما يثير الاهتمام والانتباه في هذا الصدد هو حصول

نوع من التواطؤ بين الباحثين والمشتغلين بالإعلام والمشرِّعين، وحصر اهـتمامهم جميعًـا، في موضـوع النظام القانوني للإعلام الإلكتروني، وليس عـلى الإعـلام الإلكـتروني بمعنـاه الأكـاديمي العلمـي وأحيانًـا المهني. فبقي اهتمامهم به أمرًا محصورًا في المنتديات، وفي المدونات كمنصات للإعلام الجديـد، وتـم التركيز على الجانب القانوني لهذه الأدوات التي أصبحت إلى حدٍّ ما قديمـة ومتجـاوزة؛ إذ إنهـا تعـبِّر عمَّا كان سائدًا في منتصف تسعينات القرن المنصرم وبداية العشرية الأولى من الألفية الثالثة لما كان التنظيم القانوني لتكنولوجيا الإعلام مهتمًّا بما قد يُرتكب مـن جـرائم بواسـطتها، بيـنما اليـوم هنـاك حاجة قوية ومُلحَّة إلى وضع قواعد خاصة بالإعلام الإلكتروني المهني.

وظهرت بعد الربيع العربي عدة جهود، تضع أُسُسًا جديدة لتقنين الإعلام الإلكتروني، وهي جهود تختلف عمَّا كان قائمًا في الماضي. إن القوانين الجديدة إمَّا أنها مستقلة وخاصة بالصحافة الإلكترونية، أو قوانين شاملة للصحافة والنشر عمومًا، مع إيراد تفصيلات وتدقيقات خاصـة بـالإعلام الإلكـتروني. وسيظهر هذا التوجُّه في مختلف الدول العربية بعد التحوُّلات التي أفرزها الربيع العـربي، في تـونس ومصر، وفي الأردن والمغرب والجزائر والكويت... إلخ. ففي بعـض هـذه الـدول تمـت دَسْـتَرَة الإعـلام الإلكتروني بالنص عليه في صلب دساتير الموجة الدستورية الجديدة لما بعـد الربيـع العـربي، بيـنما في بعضها الآخر يتم الاكتفاء بالإشارة إلى حرية التعبير وحرية الإعـلام، والحـق في الإعـلام والوصـول إلى المعلومة.

الإعلام الإلكتروني في تونس

لقد حركَّت تونس الغضب الثوري العربي، بسبب القمع الذي تجاوز كل الحدود، وضمنه ما عاشته هناك حرية التعبير والإعلام بموجب قانون 1975، والتي استمر تكبيلها كذلك بموجب قانون 1989، ومع نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الثالثة، بدأت طلائع القواعد القانونية تلوح في الأفق من أجل تنظيم الإنترنت. لكن إذا كان الإعلام الإلكتروني ظاهرة جديدة، فهل كان ممكنًا أن يُطرح الموضوع للنقاش عند صياغة الدستور الجديد إثر الثورة؛ حيث تبنَّى المجلس التأسيسي المنتخَب مسودة للدستور مسايرة للتطور التكنولوجي على المستوى القانوني انسجامًا مع مرحلة التحول الديموقراطي، ويكون بذلك ساعيًا إلى تبني قوانين منفتحة وحديثة لحماية حرية التعبير، تأخذ بعين الاعتبار التقنيات المعلوماتية والاتصالات الجديدة، خاصة حرية الإنترنت وحرية الإعلام الإلكتروني.

ويُلاحَظ أن حرية التعبير، في تونس بعد الثورة، تنامت وتطورت عبر مختلف وسائل الإعلام الورقية والسمعية البصرية؛ وازدادت معها حرية الإنترنت، والإعلام الإلكتروني، لكن مقابل ذلك لا تزال القواعد القانونية ذات الطابع الزجري التعسفي قائمة في صُلب قانون الصحافة والنشر التونسي الذي وضع عام 2011 .

واذا كان الدستور التونسي الجديد قد وردت فيه إشارة إلى الإعلام الإلكتروني، فإنه لم يُفصِّل فيها كما فعل الدستور المصري عندما تحدَّث عن هذه الحرية، ثم إن القانون الجديد المنظم للإعلام لم يهتم بالإعلام الإلكتروني، بل أغفله وصار على النهج الذي اتبعه التشريع المغربي لعام 2002؛ فاكتفى بالإشارة إلى تطبيق ما يَحْكُمُ الإعلام الورقي على الإعلام الإلكتروني بشكل غير صريح وواضح، ما يجعله يحتمل مختلف التأويلات والتفسيرات.

المعضلة أن القانون لم ينص على كيفية إصدار الصحف الإلكترونية، والجهة التي يُقَدَّم إليها التصريح، فقد يكون غياب النص القانوني من هذا القبيل معرقلًا لإصدار الصحف الإلكترونية؛ باعتبار أن الجهة المختصة بتلقي التصاريح لم يُشَر إليها في نص القانون. من هنا يمكن للقضاء أن يرفض تلقي التصريح كما حدث ويحدث في المغرب

وينص قانون الصحافة التونسي الجديد في الفصل السابع في تعريفه للصحفي المحترف بكونه "هو ذاك الذي يشتغل في صحيفة أو مؤسسة أو عدة مؤسسات للإعلام السمعي البصري أو للإعلام الإلكتروني" كما يشير إلى الإعلام الإلكتروني في الباب المتعلق بالجرائم المرتكبة بواسطة الصحافة، أو بأية وسيلة من وسائل النشر التي تشتمل على الوسائل الإلكترونية، كما أن الفصل 50 من القانون مشابه تمامًا للمادة 38 من قانون الإعلام المغربي 2002؛ إذ يُعاقَب "كمشاركين في ارتكاب ما يمكن أن يوصف بجنحة كلُّ من يحرِّض مباشرة شخصًا أو عدَّة أشخاص على ارتكاب الجرائم بواسطة المنشورات أو المطبوعات والمنقوشات أو الإعلانات المعروضة على أنظار العموم، أو بأية وسيلة من وسائل الإعلام السمعي البصري أو الإلكتروني"، فهناك تطابق مع نص المادة 38 من القانون المغربي.

كما ترد الإشارة إلى الوسائل الإلكترونية في الفصل 55 عند الحديث عن الجنح ضد الأشخاص "... فحوى العبارات الواردة في الخطب والنداءات والتهديدات أو الكتابات والمطبوعات أو المعلقات أو الرسوم أو الإعلانات أو المنشورات الإلكترونية.

وإذا كان قانون الطباعة والنشر قد تناول الإعلام الإلكتروني بعد الثورة بنوع من الحذر فيجب التأكيد على أن تونس عرفت الإنترنت في العقد الأخير من القرن العشرين، وأصدرت قوانين لتنظيمها تيسيرًا لتداول المعلومات. ففي 1997 صدر الأمر 501، بتاريخ 14 مارس 1997، المتعلق بالخدمات ذات القيمة المضافة للاتصالات، يؤكد فصله الأول على: "...إنتاج وتقديم وتوزيع وإيواء المعلومات في إطار وضع واستغلال الخدمات ذات القيمة المضافة للاتصالات مع الخضوع لقانون الصحافة والقانون المتعلق بالملكية الأدبية"

وتعني هذه الفقرة أن محتوى الشبكة يخضع لقانون الصحافة (عدد 32 لسنة 1975) ولجميع النصوص والتنقيحات التي تلته.

ويحيل هذا القانون على قانون الإعلام والاتصال التونسي من حيث الجرائم والمخالفات التي يتم ارتكابها بواسطة وسائل الإعلام الإلكتروني، مثل: التحريض على ارتكاب الجنايات والجنح، كالجنح المرتكبة ضد النظام العام أو الجنح المرتكبة ضد الأشخاص، أو الجنح المرتكبة ضد رؤساء الدول والدبلوماسيين الأجانب أو

الجنح المتعلقة بالاعتداء على النظام العام وأمن الدولة الداخلي والخارجي. ويتم التشديد على الاعتداءات على النظام العام بواسطة وسائل الإعلام الإلكتروني، عند الرجوع إلى المجلة الجزائية، التي تُطبَّق على النشر الإلكتروني عبر الإنترنت، وعبر الإنتاج متعدد الوسائط. وهكذا، فإن هذا القانون، قد يُطبَّق على مستعملي الإنترنت ومنتجي الوسائط المتعددة إذا استخدموا هذه الوسائل في الاعتداء على النظام العام، والحياة الخصوصية للآخرين، والحث على الكراهية، ودعارة الأطفال، والدعوة إلى الإرهاب والعنصرية والإشادة بالحروب، وكل ما هو منصوص عليه في اتفاقية بودابست، والبروتوكول الإضافي الملحق بها والمكمل لها، وفيه تمت الإشارة إلى تجريم أعمال التمييز العنصري، وكره الأجانب، والتمييز الديني والعِرقي، وجرائم الإبادة ضد الإنسانية، المرتكَبة بواسطة أنظمة الحاسوب

الإعلام الإلكتروني في المغرب

نشأت فكرة إعادة النظر في قانون الإعلام في المغرب مباشرة بعد صدور قانون عـام 2002، هـذا القانون الذى اعتبره الفاعلون الإعلاميون والحقوقيون مُكَرِّسًا للعقوبـات الـسالبة للحريـة، ولا يهـتم بالصحافة الإلكترونية، لذلك استمر النقاش حول تعديله منذ عام 2005 .

كما إن الحراك العربي، والتأثيرات السياسية لحركـة 20 فبرايـر 2011، قـد لعبـت دورًا أساسـيًّا في ذلك. وهكذا شُكِّلَت، في أكتوبر 2012، لجنـة استـشارية علميـة تتكـون مـن تـسعة خـبراء، وضـعوا المسودة الأولية لهذا المشروع، مستحضرين المعايير الدولية لحرية الرأي والتعبـير، ومبـادئ القـانون الدولي لحقوق الإنسان، وقرارات الأمـم المتحـدة لاسـيما القـرار المتعلـق بإلغـاء العقوبـات الـسالبة للحرية في قضايا النشر لسنة 2000 والقرار الخاص بعـدم الإسـاءة إلى الأديـان وبالخـصوص الديانـة الإسلامية لسنة 2011 .

الاعلام الإلكتروني في الجزائر:

بعد إعادة النظر في قانون إعلامها لسنة 1990، فإنها وضعت قانونًا جديدًا، في 11 ينـاير 2012، ضمَّنته الصحافة الإلكترونية التي لم تُعِرْها أي اهتمام في قانون 1990. وردت الصحافة الإلكترونية في هذا القانون دون تفصيل إذا مـا قورنـت بمـشروع القـانون المغـربي، ففـي القـانون الجزائـري نجـد تخصيص الباب الخامس، لوسائل الإعلام الإلكتروني، المـشتمل عـلى الفـصول الآتيـة: 67-68-69-70-72-71

من الأمـور التـي أكَّـد عليهـا هـذا القـانون وفـصَّل فيهـا، كيفيـة تأسـيس المؤسـسات الـصحفية الإعلامية، والجهة التي يُقدُّم إليها التصريح لإصدار الـصحيفة أو الموقـع الإلكـتروني، ومكونـات هـذا التصريح، والكيفية التي يتم بها الحجب أو الحجز أو التوقيف، وهل ينطبق عـلى المواقـع الإعلاميـة الإلكترونية ما ينطبق على الصحف الورقية؟

وإذا كان قانون 1990 ينصُّ على تقديم التصريح الخاص بإصـدار الـصحيفة الورقيـة إلى الجهـاز القضائي؛ أي إلى المحكمة الابتدائية التي يوجد مقر الصحيفة تحت ولاية نفوذها القضائي، وهو ذات الأمر الذي يسري في المغرب منذ 15 نوفمبر/تشرين الثـاني 1958 إلى 1973 ثـم 2002، ويؤكِّـد عليـه مشروع القانون المرتقب، لكن الأمر مخالف لذلك في نص القانون الجزائري الجديد لـسنة 2012؛ إذ إن هذا الأخير يؤكد على كون تـصريح إصـدار الـصحيفة الورقيـة يُقـدَّم إلى سـلطة ضـبط الـصحافة المكتوبة.

الأردن وتقنين الصحافة الإلكترونية

طالت موجة تقنين الإعلام الإلكتروني مجموعة من الدول المشرقية، وعلى رأسها الأردن، إثر أحداث الربيع العربي؛ حيث أُدخلت تعديلات على قانون المطبوعات والنشر في سنة 2012. أُدمجت هذه التعديلات في القانون رقم 8 لسنة 1998، الذي يُشار إليه بالقانون الأصلي، فأعطانا قانونًا جديدًا ضمن مشمولاته قضايا تنظيم وسائل الإعلام الإلكتروني، لكن هذا التعديل وردت به قيود قانونية، وتشوُّهات بنيوية، لذلك سجَّل عليه وضدَّه الفاعلون في الإعلام الإلكتروني عدَّة مؤاخذات، على رأسها أنه وُضع دون استشارتهم أو استشارة من يمثِّلهم، كما وُضِع دون مراعاة تكييفه مع القوانين الأخرى الداخلية، وقد خالفت هذه التعديلات بنود الدستور والمعاهدات الدولية بفرضها مزيدًا من القيود على حرية الإعلام والتعبير عبر الإنترنت.

بدأت فكرة هذه التعديلات تتبلور منذ أن أصدرت محكمة التمييز قرارًا في 2010، يؤكد على إخضاع المواقع الإلكترونية لقانون المطبوعات والنشر، والتقطت الحكومة هذه الإشارة فأصدرت مشروع قانون عرضته على البرلمان، حدَّد وعرَّف المطبوعة الإلكترونية على النحو الآتي: "... هي كل وسيلة نشر دُوِّنَت فيها المعاني، والكلمات والأفكار بأي طريقة من الطرق بما فيها الوسائل الإلكترونية أو الرقمية أو التقنية". وبأنها ".... موقع إلكتروني له عنوان إلكتروني محدد على الشبكة المعلوماتية، يُقدِّم خدمات للنشر، بما في ذلك الأخبار والتقارير، والتحقيقات، والمقالات، والتعليقات، ويختار التسجيل في سجل خاص ينشأ بموجب تعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية.

وفي تعديل 2011 أضيفت المادة 49 وجاء فيها: "لا تستفيد المطبوعة الإلكترونية، ومالكها وناشرها وكاتبها، وصحفيوها والعاملون فيها من مزايا هذا القانون، ما لم تكن مرخصة ومسجلة وفقًا لأحكامه.

ومن المعلوم أن تعديلًا آخر أُدْخِل على هذا القانون في 2012 أكَّد على "التسجيل الاختياري" الذي حلَّ محلَّ "الترخيص الإلزامي"، والتشديد على "الحجب" بالنسبة للمواقع الإلكترونية غير المرخصة. ويتضح من هذا أن الحكومة بإمكانها أن تلجأ إلى

حجب المواقع الإلكترونية حتى وإن لم يكن هناك حكم قضائي؛ وهذا يجعلها خصمًا وحكمًا في الآن ذاته. لكن تعديلًا جديدًا أُدْخِل على المادة 49 في سنة 2013 يتعلق بإسناد قرار الحجب إلى القضاء؛ فأصبح تبعًا لذلك يتم وفق "مقرر قضائي"، فأبقى على حجب المواقع غير المرخص لها.

ومن محاسن القانون الأردني الجديد أنه جاء بشيء جديد طالما نادى به مهنيُّو الإعلام على صعيد النظام الإقليمي العربي، ويتعلق الأمر بمقتضى جديد هو إحداث غرف قضائية متخصصة تتولى النظر في قضايا المطبوعات والنشر بشقيها، الجزائي (جرائم النشر)، والمدني (دعوى التعويض المدني)، وهذا الإجراء قد أُدْخِل مؤخرًا في القانون المغربي بإحداث غرف متخصصة مكلفة بالبث في قضايا الإعلام(34). وتكمن أهميته في إسناد البتِّ في القضايا المتعلقة بالإعلام إلى قضاة متخصصين في شؤون الإعلام يفهمون ويستوعبون طبيعة العمل الإعلامي ومشكلاته، وصعوباته مع تقدير كون احتمالات الخطأ كثيرة وجد واردة فيه.

استخدم القانون الأردني لفظة المطبوعة الإلكترونية في المادة 49، وفي المادة 2 التي حدَّدتها في كونها "... عبارة عن موقع إلكتروني له عنوان إلكتروني محدد على الشبكة المعلوماتية يُقدِّم خدمات للنشر....". إن هذا التعريف عام ويشمل جميع المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت بغضِّ النظر عن مصدرها، ونوعها وحتى شكلها ولغتها، وهذا سيجعل مواقع، مثل: غوغل، ياهو، الفيسبوك، اليوتيوب...إلخ، وفقًا لهذا القانون وأحكامه مُلْزَمَةً بالحصول على ترخيص من دائرة المطبوعات والنشر، وهو أمر يستحيل تطبيقه، بل إن النص إياه غير قابل للتطبيق على أرض الواقع من عدة وجوه؛ فالقانون وفقًا للمادة 13 يشترط لمنح التراخيص لإصدار المطبوعة أن يتم تسجيلها كشركة وفقًا لأحكام قانون الشركات المطبق في الأردن، وذاك يعني أن جميع المواقع الإلكترونية، التي تُقدِّم الأخبار مجبرة على التسجيل كشركة في الأردن وفقًا لأحكام الشركات في القانون الأردني، وهذا غير قابل للتطبيق. فالقانون يعتبر أن مكان مشاهدة المواقع الإخبارية الإلكترونية هو مكان طبعها وصدورها، ولم يأخذ بعين الاعتبار من أين تمنح المساحة الافتراضية للموقع الإلكتروني على الإنترنت، وما الجهات أو الشركات الدولية التي تملك مساحة على شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" وتمنح تلك المساحة الافتراضية وكيف يتم ذلك.

هناك إشكال آخر، وقع فيه المشرِّع الأردني وربما جُلُّ المشرِّعين العرب وهو أنهم اعتبروا المطبوعة الإلكترونية شخصية اعتبارية مثلها مثل سائر المطبوعات الدورية، مع العلم بأنها ليست كذلك، بل هي إحدى الخدمات التي تُقدِّمها الإنترنت. والإنترنت كما هو معلوم عبارة عن شبكة معلومات دولية (فضاء افتراضي) لا يمكن لا تقنيًّا ولا قانونيًّا إخضاعه لقواعد الترخيص في أية دولة من العالم.

إن تشديد النص القانوني سواء في الأردن أو في الدول العربية التي حذت حذوه، يُعتبر مخالفًا لنص أعلى موجود في الدستور الأردني كما في دساتير كل الدول العربية، وهذا هو النص الخاص بحرية التعبير، وحرية الإعلام والصحافة، التي من بين أركانها عدم فرض أية قيود على إنشاء وصدور الصحف والمواقع الإلكترونية، وممارسة العمل الإعلامي على العموم. إن الترخيص المسبق يعتبر قيدًا على حرية الصحافة وحرية الرأي والتعبير، فالسائد اليوم على المستوى الدولي ... هو التوجه نحو التصريح والإخطار عوض الترخيص، انسجامًا مع المادة 19 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية الذي صادق عليه الأردن فصار ملتزمًا به، وخاضعًا لأحكامه.

التنظيم القانوني للإعلام الإلكتروني في الكويت

لا تختلف التجربة الكويتية في تنظيمها للصحافة الإلكترونية عن تجارب بقية الدول العربية، ففي الكويت أكد مشروع قانون الإعلام الموحد على أن من أهدافه دعم وتعزيز الحريات الإعلامية، ووضع قانون يلم شتات القوانين والقرارات الوزارية المبعثرة الخاصة بالمطبوعات من جهة، والإعلام المسموع والمرئي وكافة الأنشطة الإعلامية في قانون واحد وموحد؛ أي في إطار مدونة للإعلام، التي تشتمل على قانون المطبوعات والنشر لسنة 2006، وقانون الإعلام المرئي والمسموع لسنة 2007 مضافًا إليه قانون الإعلام الإلكتروني، من قنوات إلكترونية ومواقع ووكالات للأنباء.

ولقد تضمن هذا القانون عقوبات بالحبس في حال المساس بالذات الإلهية أو القرآن الكريم، أو الأنبياء والرُّسل، أو الصحافة، أو زوجات الرسول صَلَّى اللـه عليه وسلَّم، وآل البيت، كما منع التعرض لشخص أمير البلاد وولي العهد، أو نِسبة أقوال وأفعال لهما، بغير إذن مكتوب من الديوان الأميري، أو ديوان ولي العهد، ورتب على ذلك غرامات مالية لا تقل عن 50 ألف دينار ولا تزيد على 300 ألف دينار كويتي، وتعرَّض ذات القانون إلى منع تحقير الأديان أو الإساءة إليها، كما منع المساس بالحياة الخاصة للموظف العام أو المكلف بخدمة عامة، أو تنسب إليه أقوال وأفعال عارية من الصحة، تنطوي على تجريح لشخصه أو الإساءة إليه.

وأعطى مشروع القانون لوزارة الإعلام صلاحية الإغلاق الإداري لمعظم الأنشطة الإعلامية، كما أعطاها صلاحية وقف أو حجب أي محتوى أو برنامج، وأشار الفصل 9 إلى أن "الإعلام الإلكتروني وضوابط استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي" من أجل ممارسته سيصبح على من يريد ذلك، الحصول على ترخيص مسبق لإنشاء أي موقع إعلامي أو أية دعاية أو إعلان إلكتروني، مع اشتراط تعيين مدير كويتي يكون مسؤولًا عن المحتوى(36).

وُجِّهت انتقادات كثيرة لهذا القانون؛ باعتباره يتعارض مع المقتضيات الواردة في المادة 37 من الدستور الكويتي التي تؤكد على حرية الطباعة والنشر،كما يتعارض مع المادة 18 و36 منه، بل إن قانون الإعلام الإلكتروني في صيغته هذه، يُلْمَس من خلاله تراجع الحريات، بالإضافة إلى ذلك يتناقض مع المعايير الدولية لحرية الإعلام،

وهو في النهاية مُكَمِّم للأفواه؛ فضلًا عن ذلك يتعارض مع حرية فضاء الإنترنت بتأكيده على تكاليف باهظة لاستصدار ترخيص إنشاء المواقع الإلكترونية.

لم ينص هذا المشروع صراحة على كونه يشتمل على المدونات الشخصية التي قد تتضمن أخبارًا، ومقالات شخصية لصاحب المدونة، أو مقالات ينقلها عن غيره، لكنه في باب التعاريف يشير بوضوح للمدونات؛ ففي المادة 1 يُعرِّف بـ"النشر الإلكتروني"، و"الموقع الإلكتروني"... ويبدو من خلال نص التعريف أن المدونات الشخصية مشمولة بأحكام هذا القانون، وهو يتعارض مع الدستور والإعلان العالمي لحقوق الإنسان وجميع مواثيق الشِّرْعَة الدولية لحقوق الإنسان التي تؤكد على حرية الرأي والتعبير. إن حرية التعبير وفقًا لهذه المواثيق مكفولة للأفراد ولا يجوز أن يُفرَض على أي فرد ضرورة الحصول على إذن الحكومة قبل أن يُصْدِر مدونته الشخصية، وإن تضمَّنت أخبارًا ومقالات لغيره.

وتُلْقِي المادة 7 من ذات القانون المسؤولية على كاهل المسؤول عن الموقع الإلكتروني حول كل ما ينشر في هذا الموقع، أليس من الأجدر بالقانون أن يُلقي بهذه المسؤولية على صاحب المقال أو الجهة التي صدر عنها البيان؛ إذ كيف يمكن أن يتحمل صاحب الموقع مسؤولية المخالفة، وهي لم تصدر عنه بل صدرت عن الغير؟

ثم إن المادة 17 من قانون الإعلام الإلكتروني سوَّت بين الإعلام الإلكتروني والإعلام المطبوع حين جعلت المحظور واحدًا في الحالتين رغم الاختلاف الكبير بينهما، من حيث طرق تناول المواضيع وصياغتها، أليس في ذلك ما من شأنه إلغاء قدرة الإعلام الإلكتروني على التأثير اللحظي؟

ويتضح من خلال ما جاء به المشرِّع الكويتي من قواعد ومبادئ لتنظيم الصحافة الإلكترونية مدى تأثره بالتطور الذي عرفته هذه الصحافة بصورة عامة على الصعيد العربي؛ فالتشريع الكويتي كما بقية التشريعات العربية الأخرى ذات الصلة بالإعلام الإلكتروني، تأثَّر بشروط تطور تكنولوجيا الإعلام الحديثة. وتأثَّر في الآن ذاته بواقع التحولات التي عرفها النظام العربي منذ عام 2010 وهي ما تسمي فترة ثورات الربيع العربي.

مراجع الفصل السابع

1- علي كريمي: **"مركز دراسات الجزيرة"** – قطر الأحد، 15 مايو، 2016.

2- ضياء رشوان: **"تنظيم الصحافة والإعلام فى الدستور (2-2)"** مقال منشور في جريدة الاهرام 1-12-2015.

3- عبد الله زلطة: **"حرية الرأي والتعبير في الدستور"** مقال منشور في جريدة الاهرام 2-11-2015

4- محمد رضا: **"الإعلام والدستور"** مقال في جريدة الشروق (القاهرة: مؤسسة الشروق الصحفية، 07 يناير 2016).

5. Ambalard، P. Régulation de l'internet: l'élaboration des Règles de Conduite par le Dialogue Internormatif، (Bruylant، Bruxelles، 2004)، p. 130.

6. Mathieu، M. Evolution de l'économie libérale et liberté d'expression، (Bruylant، Bruxelles، 2007)، p. 210.

7- أبو عيسى، فاروق: **"الاتجاهات الدولية الحديثة في حرية الإعلام وحقوق الإنسان"**، دراسات إعلامية، العدد 73، أكتوبر/تشرين الأول 1993، ص 75.

8- **"القانون المغربي الخاص بالطباعة والنشر"** الصادر في 3 أكتوبر/تشرين الأول 2002، رقم 77.00، الجريدة الرسمية، العدد 5075، 20 يناير/كانون الثاني 2003.

9- **"القانون الجزائري لسنة 2012" الذي أفرد بَابًا خاصًا بالإعلام الإلكتروني**، وهو الباب الخامس من القانون العضوي رقم 125 الصادر في 12 يناير/كانون الثاني 2012 بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، 15 يناير/كانون الثاني 2012. وكذلك مشروع قانون الإعلام المغربي الجديد منشور بموقع وزارة الاتصال.

10- شريف اللبان درويش: **"الإنترنت: التشريعات والأخلاقيات"** (دار العالم العربي، القاهرة، 2010)، ص 149- 157.

11. Bertrand، A. Droit a la vie privée et droits a l’image، (Litec، Paris، 1999)، p. 14-22.

12- عبد الكريم عبد الـلـه: **"جرائم المعلوماتية والإنترنيـت "الجـرائم الإلكترونيـة"** (منـشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007)، ص 124-136.

13. Guerrier، C. Monguet، M-C. Droit et sécurité des télécommunications، (Springer، 2000)، p.151.

14. Chatillon، G. le droit international de l’internet، (Bruylant، Bruxelles، 2002)، p.158.

15- عبد الفتاح بيومي حجازي: **"مكافحة جـرائم الكمبيـوتر والإنترنـت في القـانون النمـوذجي العربي الموحَّد"** منشأة المعارف، الإسكندرية، 2009، ص 24-25.

16- علي كريمي: **"قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي: الواقع والتحديات"** منـشورات الإيسيسكو 2011.

17. **قانون الصحافة والنشر المصري** لسنة 1996.

18- طلال العامري فاضل: **"حرية الإعلام في الوطن العـربي في ظـل غيـاب الديمقراطيـة"** (هـلا، مصر، 2011)، ص 119-131.

19. **نموذج الدستور المصري لسنة 2014** وخاصة المادة 70.

20. **نموذج الدستور المغربي لسنة 2011** والدستور الجزائري والدستور التونسي...إلخ.

الفصل الثامن

اخلاقيات الصحافة الإلكترونية ومستقبلها

الصحافة الإلكترونية مهنة كغيرها من المهن، يجب أن يتخلق العاملون بهـا بأخلاقيـات وسـمات التي تكسبهم الاحترام، بالإضافة إلى ثقة الناس، والصحافيون الإلكترونيـون يجـب أن يعملـوا كأمنـاء على مصلحة الجمهور وأن يبحثوا عن الحقيقة وينقلوها كما هي بكل صـدق وإنـصاف واسـتقلالية وعليهم أيضا أن يتحملوا مسئولية أعمالهم.

ومن هذه الأخلاقيات ما يلي:

الحقيقة:

يجب على الصحافيين الإلكترونيين السعي بإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبـار بدقـة وفي سياقها وعلى أكمل وجه.

الإنصاف والعدل:

يجب على الصحافيين الإلكترونيين عرض الأخبار بإنصاف وحيادية وإضافة قيمة أساسية على ما هو مهم وذو علاقة.

الصدق:

يجـب عـلى الـصحافيين أن يقـدموا الأخبـار بـصدق وشرف وأن يتجنبـوا تـضارب المـصالح وأن يحترموا كرامة وذكاء الجمهور.

الاستقلالية:

يجب أن يدافع الصحفي عن استقلاليته ويدفع الذين يسعون إلى التأثير عليـه والـسيطرة عـلى مضمون خبره.

المحاسبة:

يجب على الصحافيين أن يدركوا أنهم معرضون للمحاسبة على أعمالهم أمام الجمهور والمهنة وأنفسهم.

وهكذا تتضح لنا أهمية الخبر الإلكتروني وأسس لنفسه مكانة هامة في الساحة الإعلامية العربية والعالمية منافسا بذلك الصحافة المكتوبة التقليدية والمرئية والمسموعة، كما يرشح العديد من المتتبعين والمهتمين هذا النوع الجديد من الصحافة والخبر الإلكترونيين إلى المزيد من الإنتشار و الإهتمام في مجتمعاتنا العربية خاصة لدى فئة الشباب و التي نجحت الصحافة الإلكترونية في جلبه و هي الفئة التي كانت تنعث دائما بالأقل اهتماما بالقراءة عامة و بالقراءة الصحفية خاصة،لتصبح أكثر إدراكا وإلماما بما يجري حوله و في العالم، وهذه إحدى الإيجابيات التي تحسب للخبر الإلكتروني و للصحافة الإلكترونية.

الأصل العام أن حرية الصحافة مكفولة دون تقييد لحركتها، طالما أنها تمارس وفق القانون، ودون المساس بالإطار العام المحدد والمتمثل في عدم المساس بأسس العقيدة، ووحدة الشعب، والبعد عن كل ما يثير الفرقة والطائفية، والصحافة باعتبارها أهم آليات التعبير عن الرأي، يجب أن تعمل بعقلها الواعي وانفتاحها وإدراكها لآمال أمتها، وأن تلتزم في أداء رسالتها بالقيم العليا للمجتمع لا تنتقص منها أو تبتغي عنها حولاً، متدثرة بالموازنة بين حق النقد وحقوق الغير في احترام حياتهم الخاصة، وعدم التعسف في استعمال حق النشر، وتلك الموازنة الدقيقة تطلق حرية الصحافة من أي قيود تعرقل مسيرتها شريطة أن تكون تلك الحرية مبررة بدواعيها، وأن تكون مناحي التقدم غايتها، دون تغوّل على حقوق الغير اندفاعًا، أو الإعراض عنها تراخيًا.

كما تزايدت المطالبة بحماية حق الإنسان في الخصوصية خلال العقد الأخير من القرن العشرين، وصدرت بعض التهديدات في دول مثل بريطانيا بإصدار قوانين تفرض عقوبات على انتهاك وسائل الإعلام لحق الخصوصية إذا لم تقم تلك الوسائل بتنظيم نفسها، وإصدار مواثيق أخلاقية تحمي حق الحياة الخاصة، وتبحث شكاوي المواطنين ضد الصحف لكن من الواضح إن تلك المشكلة قد تزايدت حدتها نتيجة لثورة الاتصال التي أدت إلى وجود أشكال جديدة لاقتحام حياة الناس الخاصة والحصول على الصور والمعلومات.

وقد نصت المادة الرابعة من الإعلان الذي أصدره معهد بوينتر عام 1997 على أن نتعهد نحن محررو الصحف الإلكترونية على:

1. أن نكون حساسين تجاه حقوق الإفراد في حماية حياتهم الخاصة عند إنتاج قواعد البيانات.
2. أن نبث المعلومات عن حياة الأفراد الخاصة في حالة أن يكون هناك مصلحة عامة مشروعة تفوق في أهميتها حق الحياة الخاصة.
3. إننا سوف نحترم حقوق الإفراد في الخصوصية، وان لا نقوم بالكشف عن المعلومات الحساسة إذا لم يكن هناك مصلحة عامة مشروعة في ذلك.

وإما أخلاقيات الصحافة الإلكترونية على نطاق التلاعب بالصور فقد شكلت مشكلة كبيرة بعد أن (سمحت الكثير من المؤسسات الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية بعمليات التعديل والتغيير والتلاعب الرقمي في الصور، وهو ما أثار المخاوف من إمكانيات استخدام هذه التقنيات في تصنيع فضائح للأشخاص، كما أدت إلى تناقص مصداقية الصحافة ووسائل الإعلام.

وقدمت الرابطة الأمريكية للصور المتحركة قانونها بمجموعة من المبادئ والتطبيقات التي يجب الالتزام بها ومن المعايير التي طالبت بها الرابطة هي:

1. احترام كرامة الإنسان وقيمة الحياة الإنسانية.
2. يجب عدم تبرير الشر والخطيئة والجريمة والأعمال الخاطئة.
3. يجب ممارسة كبح تصوير الأنشطة الموجهة ضد المجتمع.
4. يجب عدم إظهار تفصيلات أعمال القسوة والضعف الجسدي والتعذيب والإساءة.
5. يجب عدم تقديم استعراض الجسد البشري بطريقة غير كريمة ومبالغ فيها.
6. يجب عدم تبرير العلاقات الجنسية المريضة وكذلك عدم إبراز المشاهد الجنسية التي تخالف المعايير العامة للكرامة.
7. يجب عدم إبراز الكلام والإشارات والحركات الفاحشة.

8. يجب عدم الإساءة إلى الدين. باي حال من الاحوال.

ومع انتشار صحافة الإنترنت تم التعديل من شكل الرسالة لاختلاف المرسل وتنوع المضمون للمستقبل.

فالرسالة كانت ذات تجاه واحد كما كانت تتمتع بطابع يميل الى الثبات من حيث القواعد وسبل التناول لغة الإنترنت جعلتها أكثر فاعلية - كما حولت مضمونها من توجهي للرأي العام إلى فعل مؤثر ذات فاعلية - كما غيرت من شكل الرسالة وقواعدها فأصبحت أكثر تحررًا - فجعلتها قصيرة مباشرة.

المرسل هو المؤسسة وكانت صاحبة السيادة في طرح الرأي أحادي الجانب والذي يعبر عن صناع القرار بالمؤسسة.

هناك قاعدة تشير إلى أن الإعلام في الماضي كان يتعامل بـ: الكلام مع الناس بما يحبون أن يسمعوه بينما نجد اليوم أن الإنترنت فرض أسلوب أن يكتبوا ما يحبون. لم تصبح الشريك الوحيد - كما بدأت أو طمست العلاقة بين الرسالة والمرسل وحولتها، الى علاقة تبادلية بين المرسل والمستقبل في توجيه وتكوين الرسالة من خلال التعليقات - الصحافة الإلكترونية عملت على خلق مفهوم المواطن الصحفي الو صحافة المواطن من خلال التعليقات والآراء، ومع الوقت تنامت الفكرة وبرزت من خلال لغة المدونات.

من هم المرسلون عبر شبكة الانترنت:

نجد إن المرسل اختلف شكله عبر الشبكة العنكبوتية:

1. مؤسسات إعلامية
2. مؤسسات تجارية
3. جهات حكومية – الحكومة الإلكترونية
4. حكومات
5. منظمات
6. أفراد
7. قوى مهمشة

المستقبل وهو الجمهور ولم يكن الدور وكان التأثير عليه أحادي الجانب هناك قاعدة تقول " الإنسان بدون مرجعية فان مرجعيته الإعلام "..الإدارة المهيمن الأوحد على الوسيلة والرسالة قلة من هيمنتها وسيطرتها الى حد كبير..**ان وجود الصحافة الإلكترونية قد أثار عدة قضايا وطرح عدة تساؤلات يتمثل أهمها في ما يلي:**

1. قضية الرقابة على المادة الصحفية المنشورة الكترونيا.
2. قضية حرية الصحافة من حيث اعتبار النشر الإلكتروني دعما لمبدأ حرية الصحافة بعيدا عن المعايير التي يلتزم بها الصحفي في الصحافة التقليدية.
3. هل يكون النشر الإلكتروني منفذا للممنوعين من إصدار صحف مطبوعة لمختلف الفصائل السياسية؟
4. هل سيلغي النشر الإلكتروني مصطلحات الصحف التقليدية كالصحف الإقليمية التقليدية، والمحلية والوطنية، الخ.؟
5. هل ستصبح الصحف الإلكترونية بديلا لكثير من قراء الصحف الورقية فينخفض بذلك تأثير هذه الأخيرة على قرائها، و تقضي بالتالي على الصحافة التقليدية ؟
6. هل ستلغى علاقة النشر عبر الشبكة بحقوق المؤلف و الرقابة على المصنفات؟

7. هل تحقق الصحف الإلكترونية التزامها بالمعايير الأخلاقية.

فمثل هذه التساؤلات المشار إليها أعلاه، يعمل الإعلاميون على الإجابة عليها في ظل ما نعيشه من تطورات تكنولوجية كل يوم، وعملت على وضع مبادئ لخدمة الصحافة الإلكترونية وصحفييها، بهدف دعم المقاييس والمعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية- إذاعة وتلفزيون وصحافة انترنت- وتعزيز فهم الجمهور وثقتهم بها، وتقوية مبادئ الحرية الصحفية في جمع وتوزيع المعلومات. ولهذا، يرى الكثير من المهتمين أنه يتعين على الصحافيين الإلكترونيين العمل كأمناء على مصلحة الجمهور، وأن يبحثوا عن الحقيقة، ونقلها بإنصاف وصدق واستقلالية، وأن يتحملوا مسؤولية أعمالهم للحفاظ على المصلحة العامة.

من هذا المنطلق، يمكن القول أنه يجب على كل صحفي إلكتروني أن يشعر ببعض المسئولية الاجتماعية والتي يمكن تحديدها في النقاط التالية:

1. أن يدرك الصحافي أن أي التزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية.

2. أن يدرك بأن خدمة المصلحة العامة تستوجب الالتزام بعكس تنوع المجتمع وحمايته من التبسيط الزائد للقضايا والأحداث.

3. توفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة.

4. العمل من أجل جعل النشاطات التجارية الخاصة والعامة علنية.

5. أن يسعى وبإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة، وفي سياقها، وعلى أكمل وجه دون تشويه مع اجتناب تضارب المصالح.

6. الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح والإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى دون سرقة من الغير ودون كذب.

7. عدم التلاعب بالصور والأصوات وإعلام الجمهور إن سبق عرضها.

8. التعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق، وأن يظهر تعاطفا خاصا مع ضحايا الجرائم أو المآسي والأطفال.

9. إعداد تقارير تحليلية مبنية على فهم مهني وليس على انحياز شخصي.

10. احترام الحق في محاكمة عادلة للمتهمين.

11.التعريف بمصادر المعلومات كلما أمكن ذلك. ويمكن استخدام المصادر السرية فقط عندما يكون جمع أو نقل المعلومات المهمة في المصلحة العامة، أو عندما يؤدي جمع أو نقل المعلومات المهمة إلى إلحاق الأذى بمصدرها. وفي هذه الحالة يجب عليه الالتزام بحماية المصدر السري.

12. أن يستخدم الأدوات التقنية بمهارة وتفكير، متجنبا التقنيات التي تشوه الحقائق، وتزور الواقع، وتخلق إثارة من الأحداث مع الإشارة إلى الرأي والتعليق.

13. أن لا يشارك في نشاطات قد تؤثر على صدقية واستقلالية الأخبار.

14. جمع ونقل الأخبار دون خوف أو تفضيل، ومقاومة بشدة التأثير غير المبرر لأي قوى خارجية، من ضمنها المعلنين ومصادر المعلومات وعناصر الخبر والأفراد ذوي النفوذ والجماعات ذات المصالح الخاصة.

15. مقاومة أية مصلحة شخصية أو ضغط من الزملاء يمكن أن يؤثر على الواجب الصحافي وخدمة الجمهور حتى لو كان مالك المؤسسة لان هذا من حقوق حرية الصحافة.

16. السعي للحصول على دعم أوفر لفرص تدريب الموظفين على صناعة قرار أخلاقي.

17. الالتزام بمسؤوليته اتجاه مهنة الصحافة الإلكترونية.

18. الصعوبات التي تواجه الصحف الإلكترونية.

عوائق وصعوبات تواجه الصحافة الإلكترونية بوجة عام منها:

1. المقروئية فهي لا تزال صعبة نسبيا، فالكمبيوتر لم يعد جماهيريا خاصة في الدول النامية، وسوف تخلق الصحف الإلكترونية عادات جديدة عند القارئ مثل القراءة على الشاشة.

2. قلة الشرعية القانونية التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية، مثلها مثل معظم الخدمات الإلكترونية كالنقود الإلكترونية و التوقيع الإلكتروني، و من المنتظر أن يتوصل الساسة التكنولوجيون و القانونيون إلى إيجاد حلول لها.

3. تعاني الكثير من الصحف الإلكترونية صعوبات مادية تتعلق بتمويلها وتسديد مصاريفها.

4. غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.

5. ندرة الصحفي الإلكتروني.

6. عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات كما هو الحال في الصحافة الورقية، حيث أن المعلن لا يزال يشعر بعدم الثقة في الصحافة الإلكترونية.

7. غياب الأنظمة واللوائح والقوانين وهو ما نحتاجه ونسعى للحصول عليه.

8. قلة عدد رواد الصحافة الإلكترونية بالمقارنة بقراء الصحف التقليدية، و ذلك نظرا لانحصارها في إطار مستخدمي الانترنيت و هم قليلون رغم التزايد المستمر في عددهم.

9. استلزام حيازة المستفيد لجهاز كمبيوتر متصل بشبكة المعلومات، مع ما يتطلبه ذلك من نفقات، و إن كان انتشار مقاهي الإنترنيت بأسعار مناسبة قد قلل من أهمية النفقات، كعائق للوصول إلى شبكة المعلومات والاطلاع على ما نريده من صحف أو نشرات.

10. ندرة الصحفيين المزودين بالمهارات و المعارف اللازمة لممارسة مهام الصحافة الإلكترونية.

11. عدم وجود أو كفاية التشريعات التنظيمية التي تحكم الصحافة الإلكترونية.

12. عدم القدرة علي تحديد جمهور الصحافة الإلكترونية بدقة احيانا.

ولقد أظهرت النشاطات والندوات التي ناقشت هذا الموضوع على الساحة العربية خلال العامين الماضين مدى الاهتمام بمستقبل الصحافة في ظل التطور المذهل لشبكة الإنترنت، وذلك بالرغم من أن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية منخفض نسبيا حيث يصل إلي حوالي 7.5% من إجمالي عدد السكان في الشرق الأوسط، في حين يصل في بعض المناطق مثل أمريكا الشمالية إلي 67.4%، وأوروبا إلي 35.5% طبقا لأحدث الإحصائيات.

أدوات جديدة في الصحافة الإلكترونية

ولقد أتاحت شبكة الإنترنت إمكانات وأدوات غير مسبوقة في العمل الصحفي **يمكن إيجازها بالآتي:**

- الأذرع الإلكترونية لوسائل الإعلام (مواقع الصحف والقنوات والمجلات):

في ظل الاتجاه المتزايد نحو استخدام الإنترنت كوسيلة للإعلام، والحصول على الأخبار، ومتابعة ما يجري عالميًّا - كان ضروري على الصحف المطبوعة أن تنشئ لنفسها مواقع إلكترونية تخاطب بها جمهور الإنترنت الذي يتزايد بصورة كبيرة عالميًّا.

- الصحف الإلكترونية (بوابات صحفية بلا صحف ورقية):

في عام 1999 ظهرت عبر الإنترنت موجة (الدوم كوم)، والتي يقصد بها الشركات التي ظهرت وتأسست؛ لكي تعمل عبر الإنترنت فقط، دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع، وظهرت مئات الشركات من هذا النوع في مجالات عديدة، شمِلت السياحة والسفر، والتجارة الإلكترونية، والمجالات العلمية والصناعية، وأيضًا المجال الإعلامي والصحفي.

- الصحف الإلكترونية التلفزيونية (قنوات المعلومات):

تعد قنوات المعلومات عبر التلفزيون أحد أوجه ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحديثة، التي لا يمكن إغفالها، حتى وإن كانت لا تحظى بنفس القدر من الاهتمام الذي تحظى به أوجه الصحافة الإلكترونية المرتبطة عضويًّا بشبكة الإنترنت، فهي عمليًّا تقدم نوعًا من الصحافة المقروءة على الشاشة.

- الأذرع الإلكترونية الصحفية للجهات غير الإعلامية (الأحزاب- المنظمات- الدول):

إن الطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الإنترنت، قد فتح المجال واسعًا أمـام العديـد مـن الجهات غير الصحفية والإعلامية؛ لكي تمارس بنفـسها وبـشكل مبـاشر النـشاط الـصحفي، بـشكلٍ أو بآخر.

مقترحات للرقي بالصحافة الإلكترونية:

1. إنشاء مؤسسات صحفية أو شركات مساهمة إعلامية، تتولى إدارة هـذه الـصحف الإلكترونيـة وتنمية مواردها للتغلب على المشكلات المالية والتمويلية.

2. جراء تعديلات على القوانين الخاصة بالنشر والمطبوعات، تضمن حماية حرية الـرأي والتعبـير وحرية النشر، والحصول على المعلومات، وحرية مناقـشة أمـور وقـضايا حكوميـة ورسـمية، وكـذلك إضافة تعديلات تضمن حقوق الملكية والنشر الإلكتروني، وإضافة القواعد واللوائح التي تنظمها.

3. نشاء اتحادات ونقابات رسمية للعاملين في مجال الصحافة والإعلام الإلكتروني لضمان حقـوق العاملين.

4. الاعتراف بالصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونيـة، وحـصولهم عـلى عـضويات نقابيـة في نقابة الصحفيين في بلدانهم، وكذلك السماح بانضمامهم لاتحاد الصحفيين العرب.

5. ضرورة تفرغ العاملين في هذا الصحف بصورة كاملة لإنجاز أعمالهم من أجل صناعة صـحافة متميزة؛ تُكسبهم الاحترام والتقدير من قِبَل جمهور المتلقين، وتنأى بهم عن الاتهامات التي تـضَعهم في خانة الهُواة، أو الطارئين، أو المتطفلين على المهنة.

6. الاستفادة الكاملة من فضاء الحرية الـذي يَمنحـه الجـو الإلكـتروني، خـصوصًا في التعامـل مـع القضايا السياسية والاجتماعية التي يعد ظهورها على ورق الجرائد العادية من قبيل المُحرَّمات.

كذلك من المهم جدًّا توخي المعايير المهنية العالمية؛ من أجل صحافة إلكترونية أكثر تـأثيرًا، ومـن تلك المعايير حداثة الخبر وتحديثه على مدار الساعة، وسهولة تعاطي الزائر مع الصحيفة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، ويمكن حساب درجة التفاعلية بين الوسيلة والجمهور بسهولة ومُرونة أكـثر مـن نظيرتها المطبوعة، وذلك عن طريق متابعة عدد الزوار من خلال المواقع التـي تُعنـى بهـذا الغـرض؛ مثل موقع elexa العالمي، فضلاً عن إجراء الاسـتبيانات والاسـتطلاعات التـي تفيـد في تقيـيم وتقـويم

موقع الصحيفة من حيث مستوى الإقبال، ووجود الخدمات الضرورية المتعلقـة بالبحـث والأرشـفة، وتنوُّع النوافذ، وما إلى ذلك من المقاييس التي تحكم على مستوى الإلكترونية؛ من حيث التراجع، أو الثبات، أو التقدم على أشكال بيانية، أو متواليات عددية، أو هندسية، كذلك تجب العنايـة الفائقـة بجودة التصميم وتجديده بين الحين والآخر إذا تطلب الأمر

حلول مُقدَّمة للصحافة الورقية للحفاظ على مكانتها في مواجهة الصحافة الإلكترونية:

1. لا بد وأن تتجه الصحافة الورقية إلى التعامل مع التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة بتطور وواقعية، فلم يعد الجيل الجديد يتعامل مع الصحافة الورقية؛ ولذلك عليها أن تتجه إلى العالم الجديد عبر تحديث المحتوى واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة.

2. بعض الصحيفة الورقية تطبع نُسختها، ويتم نشر المحتوى في موقعها الإلكتروني، وهذا لا يقدم جديدًا حينما ننقل الجريدة من ورقية إلى إلكترونية، ولكن لا بد من تحديث وتطوير الأخبار على مواقع الصحف الورقية.

3. البعد عن عملية النقل النصي من الصحف الإلكترونية والتميز بمادة خبرية حصرية عليها.

4. إتاحة مساحة كبيرة للكُتَّاب والآراء المختلفة.

5. التوسع في الصحافة الاستقصائية والتحقيقات التي تكشف ما وراء الكواليس.

6. الحفاظ على مصداقيتها التي لا تزال القارئ يثِق فيها أكثر من الإلكترونية.

7. تأخير عملية الطبع لتغطية آخر الأحداث التي تقع يوميًّا، والتي أصبحت تتميز في تغطيتها الصحف الإلكترونية.

8. التزام الحيادية قدْر الإمكان، والابتعاد عن التوجُّه والتحيُّز لملاكها؛ حتى تستطيع أن تتميَّز عن نظيرتها الإلكترونية.

مراجع الفصل الثامن

1- محمود خـلي: "**الاتجاهـات الحديثـة فى اسـتخدامات الحاسـب الآلى فى التحريـر الـصحفى**" مرجع سابق.

2- فتحي حسين عامر: "**الخبر الصحفي الإلكتروني**" مرجع سابق ص.

3- محمود علم الدين: "**صحافة عصر المعلومات**" مرجع سابق.

4- حسن نصر وسناء عبد الرحمن: "**الخبر الصحفى**" مرجع سابق.

5- جمال غيطاس: "**مدخل إلى الصحافة الإلكترونية**" مرجع سابق.

6- إيناس محمد مسعد فهمى سرج: "**أثر استخدام وسـائل الاتـصال الحديثـة في تكـوين الـرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية**" مرجع سابق.

7- صلاح الوالي: "**الصحافة الإلكترونية: دراسة مقدمة لمعهد دراسات التنميـة القـاهرة**" مرجـع سابق.

8- بندر العتيبي: "**الصحافة الإلكترونيـة هـل هـي بـديل للـصحافة المطبوعـة أم منـافس لهـا**" الإعلام الرقمي،2005/12/11، www.al-jazirah.com.sa

9- محمود علم الدين: "**تكنولوجيات المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة**" السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص244.

10- د.فتحي حسين: "**ازمة صناعة الصحافة وتحديات مجلس النقابة الجديد**" مقال منشور في جريدة البوابة، تاريخ28-3-2017.

فهرس الكتاب

د. فتحي حسين عامر



المؤهلات العلمية:

- ليسانس أداب - اعلام كلية الاداب جامعة حلوان 1999 بتقدير جيد جدا.
- ماجستير في الصحافة بتقدير ممتاز عن رسالة بعنوان "أخلاقيات الصحافة المصرية الخاصة في نشر الجريمة" عام 2004.
- دكتوراه بتقدير "ممتاز في الصحافة عن رسالة بعنوان "معالجة الصحافة المصرية للقضايا العربية وعلاقتها بمستوي معرفة الجمهور المصري بها" 2007.

العمل:

- صحفي بوكالة الاهرام للصحافة ورئيس تحرير جريدة 30 يونيو والنبأ المصري والاتحاد الدولي.
- عضو نقابة الصحفيين والجمعية العمومية لنقابة الصحفيين واتحاد الصحفيين العرب.
- عضو هيئة تدريس بالجامعات والمعاهد العليا ومستشار اعلامي.

كتب صدرت للمؤلف:

- مستوي المعرفة الجمهور تجاه قضايا الوطن العربي، العربي للنشر والتوزيع 2008.
- العشوائيات والإعلام في الوطن العربي، العربي للنشر والتوزيع 2011.
- وسائل الاتصال الحديثة: من الجريدة إلي الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع 2009.
- علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع 2009.
- جرائم الأسرة .. بداية الانهيار، مركز الحضارة العربية للنشر 1999.
- أوهام وأوجاع في بلاط صاحبة الجلالة، مركز الحضارة العربية للنشر 2001.

.

التواصل: **fatthypress@yahoo.com**

الصحافة الإلكترونية في مصر والعالم العربي قد تتعرض لخطر واسع قد يؤثر على قدرات العديد من الصحف والمواقع الإلكترونية ومنتجي المحتوى المعلوماتي أمام طغيان شركات السوشيال ميديا العالمية "فيسبوك" و"تويتر" وغيرها من الشبكات، ثم أمام جبروت محرك البحث الشهير "جوجل" وسيطرته على قطاعات واسعة من سوق الإعلانات في العالم.

النظرية التي تؤمن بها الجماعة الصحفية المصرية الآن تنص على أن الصحافة المطبوعة وحدها هي التي تتعرض للمخاطر ويهددها الانقراض، وأن البديل هو الصحافة الإلكترونية التي تحتل الصدارة في المتابعة ويتسع انتشارها بين مستخدمي شبكات الإنترنت، وقد تتعرض لتهديدات أكبر مما تتعرض لها الصحف الورقية ما لم نفهم - نحن هنا فى مصر «نفهم الآن، الآن وليس غدًا» - كيف نتعامل مع شبكات التواصل، وكيف نفهم لوغاريتمات "جوجل"، وكيف نتعامل مع منصات عرض منتجاتنا الإخبارية على هذه الشبكات العالمية العملاقة، وكيف ندير شكل عرض المحتوى على "فيسبوك" و"تويتر" و"جوجل نيوز"، و"ياهو نيوز" و"إنستجرام" وغيرها من الشبكات العملاقة المسيطرة على العالم.

ويتوقع البعض أن المخاطر نفسها ستبقى حاضرة ومؤثرة ما لم نفهم أيضًا كيف نتعامل مع العملاق الأكبر «جوجل» الذي تحول من محرك بحث إلى اللاعب الرئيسي في المنح والمنع لزوار المواقع الإلكترونية، ثم تحول أيضًا إلى ناشر للأخبار ينافس الصحف في مجالات النشر المختلفة، ثم تحول كذلك إلى أهم مؤسسة لنشر الإعلانات الإلكترونية في العالم، وسيطر بسهولة على الشريحة الكبرى من كعكة النشر الإعلاني في مصر والعالم العربي.

الواقع يؤكد كما يراه بعض الخبراء أننا في عام ٢٠١٧ نجد أن الصحف الإلكترونية تتسابق على نيل رضا «فيسبوك» والحصول على البركة من «جوجل»، هذا المنطق طبيعي الآن ومفهوم ومبرر، نظرًا للأداء الأسطوري لهذه المواقع ونجاحها المطلق في السيطرة على مستخدمي الإنترنت، فهذه المواقع وحدها قد تمنحك بركة وعظمة فورية، ثم هي قادرة في الوقت نفسه أن تسحق المواقع والمؤسسات الصحفية إذا غضبت عليها فتتركها رمادًا تذروه الرياح.



60 شارع القصر العيني 11451 - القاهرة
ت: 27954529 - 27921943 فاكس: 27947566
www.alarabipublishing.com.eg

ISBN 978-977-319-368-3





WWW.alarabipublishing.com.eg

تصميم الغلاف : عصام أمين